



EESTI MAAÜLIKOOL

Põllumajandus- ja keskkonnainstituut

**Kriss Raudsepp**

**SISETURISTIDE REISIEELISTUSED EESTI  
MAAPIIRKONNAS ENNE COVID-19 LEVIKUT**

**ESTONIAN DOMESTIC TOURISTS' TRAVEL  
PREFERENCES TO RURAL AREAS BEFORE THE SPREAD  
OF COVID-19**

Bakalaureusetöö

Loodusturismi õppekava

Juhendajad: lektor Marika Kose, *MSc*

vanemteadur Katrin Heinsoo, *PhD*

Tartu 2021

Eesti Maaülikool		<b>Bakalaureusetöö lühikokkuvõte</b>	
Kreutzwaldi 1, Tartu 51014			
Autor: Kriss Raudsepp		Õppekava: Loodusturism	
Pealkiri: Siseturistide reisieelistused Eesti maapiirkonnas enne Covid-19 levikut			
Lehekülgi: 46	Jooniseid: 19	Tabeleid: 0	Lisasid: 4
Osakond: Elurikkuse ja loodusturismi õppetool			
Uurimisvaldkond: Sotsiaalne geograafia S230, Geograafia ja regionaalsed uuringud			
Juhendaja(d): Marika Kose, <i>MSc</i> , Katrin Heinsoo, <i>PhD</i>			
Kaitsmiskoht ja aasta: Tartu 2021			
<p>Lõputöö eesmärgiks on MTÜ Eesti Maaturismi poolt kogutud küsitlusandmete põhjal välja selgitada, milline on Eesti inimeste teadlikkus ja eelistused ning nende muutused aastate lõikes maapiirkonnas puhkamise osas. Uurimistöös on kasutatud MTÜ Eesti Maaturism poolt Eesti suurimal turismimessil aastatel 2004-2020 (v.a 2013) läbi viidud küsitluse andmeid. Peamisteks töö kitsaskohtadeks on aastate lõikes küsitluse käigus kogutud erinev vastanute arv ning teabe puudumine teguritest, mis põhjustanud vastajate arvu langemist. Uurimistöös on käsitletud järgmisi läbivaid teemasid: inimeste puhkamiseelistused erinevates Eesti regioonides, maapiirkonnas puhkamise kestvus, kulutused puhkuse ajal, infokanalid, tegevuste eelistused ning toidu eelistused. Välja on selgitatud küsitlusele vastanute eelistused maapiirkondadesse reisimise kohta. Peamine eesmärk maapiirkondadesse reisimiseks vastanute seas oli sugulaste/tuttavate külastamine ja rannas puhkamine. Reisisihtkohaks on peamiselt Lõuna-Eesti, kuid suurenenud on ka saarte ja Põhja-Eesti osakaal. Eelistatud tegevused maapiirkondades puhkamisel on vaatamisväärsuste, spaade ja kontsertide külastamine, päevitamine ning suplus. Vastanud leivad infot maaettevõtete kohta peamiselt internetist või sõprade/tuttavate käest. Andmete analüüsist ilmneb, et külastatavate sihtkohade hulk on laienenud, kulutused on suurenenud ning teadlikkus maapiirkondadesse reisimisest on tõusnud kuid teabe leidmise kanalid ei ole aastate lõikes oluliselt muutunud.</p>			
Märksõnad: maaturism, siseturistid, reisieelistused, muutused			

Estonian University of Life Sciences Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Abstract of bachelor's thesis	
Author: Kriss Raudsepp		Speciality: Nature-based tourism	
Title: Estonian domestic tourists' travel preferences to rural areas before the spread of Covid-19			
Pages: 44	Figures: 19	Tables: 0	Appendixes: 4
Department: Chair of Biodiversity and Nature Tourism			
Field of research: Social geography S230, geography and regional research			
Supervisors: Marika Kose, <i>MSc</i> , Katrin Heinsoo, <i>PhD</i>			
Place and date: Tartu 2021			
<p>The aim of the dissertation is to find out the awareness and preferences of the Estonian people and their changes over the years in rural areas based on the survey data collected by MTÜ Eesti Maaturism. The research uses data from a survey conducted by MTÜ Eesti Maaturism at the largest tourism fair in Estonia in 2004-2020 (except 2013). The main bottlenecks in the work are the different number of respondents collected during the survey over the years and the lack of information on the factors that have caused the number of respondents to fall. These following cross-cutting topics have been covered in the research: people's holiday preferences in different regions of Estonia, duration of holidays in rural areas, expenses during holidays, information channels, activities and food preferences. Respondents' preferences for traveling to rural areas have been identified. The main purpose of the respondents to travel to rural areas was to visit relatives/acquaintances and relax on the beach. The travel destination is mainly Southern Estonia, but the share of islands and Northern Estonia has also increased. Preferred activities for rural holidays include sightseeing, spas and concerts, sunbathing and swimming. Respondents find information about rural enterprises mainly on the Web or from friends/acquaintances. The analysis of the data shows that the destinations visited have expanded, costs have increased and awareness of traveling to rural areas has increased, but the channels for finding information have not changed significantly over the years.</p>			
Keywords: rural tourism, domestic tourism, preferences, changes			

# SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	5
1. TEOREETILINE ÜLEVAADE.....	7
1.1. Maaturismi mõiste ja ajalooline areng.....	7
1.2. Maaturismi külastajate motivaatorid ja puhkuse kestvus .....	9
1.3. Maaturismiettevõtete teenused ja nende kvaliteet .....	11
1.4. Maaturismi turunduskanalid ja trendid .....	12
2. MATERJAL JA METOODIKA .....	15
3. TULEMUSED.....	17
3.1. Küsitlusele vastanute arv ja vanuseline muutus .....	17
3.2. Puhkuse eesmärgid, sihtkohad, kulutused ja kestvus .....	19
3.3. Maapuhkuse tegevused ja kvaliteedimärgiste olulisus.....	24
3.4. Maaturismi turunduskanalid ja nende kasutamine .....	27
3.5. Peamised toidueelistused.....	29
3.6. Probleemid ja positiivne tagasiside .....	30
ARUTELU .....	34
KOKKUVÕTE.....	35
KASUTATUD KIRJANDUS .....	38
LISAD .....	42
Lisa 1a. Turismimess TourEst ankeet 2012-2016 .....	42
Lisa 1b. Turismimess TourEst ankeet 2017-2020.....	43
Lisa 2. Maaturismi teoreetiline kavand UNWTO andmetel.....	44
Lisa 3. Maaturismi vormid „Maaturismi aabitsa“ näitel .....	45

## SISSEJUHATUS

Maaturism on maailmas oluliseks saanud piirkondades, kus on põllumajanduse osakaal langenud ja töövõivega seotud probleemid suurenenud [1]. Et lahendada maapiirkondades majanduslikke ja sotsiaalseid probleeme, on hakatud pakkuma turismiteenuseid, mille eesmärkideks jagada turistidele erilisi kogemusi kohalike loodusressursse ja kultuuripärandit kasutades [2]. Nii Maailma Turismiorganisatsioon kui ka Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni liikmesriigid on pikemaks tulevikku eesmärgiks seadnud jätkusuutlikku turismi arendamist, mida peamiselt soovitakse täita tuginedes kohalikele kultuuri ja nendes piirkondades valmistatud turismitoodetele [3, 4].

Eesti Statistikaameti andmetel on sisereiside arv viimasel 10 aastal järjest enam kasvanud (v.a. 2020), mis on toonud eestlasi sagedamini külastama ka maapiirkondi [5]. Et pakkuda külastajatele parimat on hakatud tähelepanu pöörama maaturismi sihtgruppide eelistustele. Kuigi Covid-19 piirangud on viimasel aastal mõjunud turismisektorile negatiivselt, on Statistikaameti andmete põhjal näha, et maapiirkondi külastas 2020. aasta suvekuudel rohkem siseturiste kui neljal eelmisel aastal [6]. Et edukalt ära kasutada siseturismi kiiremat avanemist külastajatele võrreldes väliturismiga, tuleks enne uue tegevuskava loomist välja uurida, mida on peetud oluliseks kui reisisi Eestis maapiirkondadesse puhkuse ajal enne Covid-19 piiranguid.

MTÜ Eesti Maaturism on 2004-2020 (v.a 2013) turismimessil *TourEst* läbi viinud küsitlust teemal Eesti turistide eelistused maapiirkondade külastamisel. Lõputöö eesmärgiks on nende küsitlusandmete põhjal välja selgitada, milline on Eesti inimeste teadlikkus ja eelistused ning nende muutused viimase 16 aasta jooksul maapiirkonnas puhkamise osas. Uurimistöös on püstitatud neli hüpoteesi:

- vastanute teadlikkus maapiirkondadesse reisimisest on tõusnud,
- maapiirkondade kohta info otsimise kanalid on muutunud,
- kulutused Eesti maapiirkonnas on suurenenud,
- Eesti maapiirkonnas külastatavad sihtkohad on muutunud (ring laienenud).

Uurimistöö teoreetiline osa annab ülevaate teemadest, mis on TourEst ankeetides (vt lisa 1) käsitletud. Nendeks on maaturism, maapiirkondade külastamise motivaatorid ja külastuse kestvus, maaturismi teenused ja nende kvaliteet ning turunduskanalid ja erinevad suundumused, mis tänapäeval oluliseks on saanud. Teoreetilise osa kirjutamiseks on kasutatud kahte maaturismi käsitlevat raamatut, erinevaid teadusartikleid, statistiliste andmebaaside aruandeid, teemakohaseid uuringuid ning olulist teavet jagavaid veebipõhiseid lehekülgi. Andmete analüüs on viidud läbi programmiga Microsoft Excel, arutelus antud ülevaade trendide muutustest ning võrreldud varasemate uurimustega ja teoreetiliste käsitlustega.

# 1. TEOREETILINE ÜLEVAADE

## 1.1. Maaturismi mõiste ja ajalooline areng

Maaturism on raskesti defineeritav mõiste oma killustatuse ja mitmekesisuse tõttu. Järgnevad neli erinevat definitsiooni „maaturism“ mõistest kirjeldavad praegust olukorda, kus maaturismi määratlemine sõltub teabe edastamise allikatest ja eesmärkidest. Põllumajandusministeerium 2012. aasta uuringus on maaturismi seletatud kui „inimeste **reisimist** maapiirkonda, väljapoole nende igapäevast elukeskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel“ [7:4]. Ardeli poolt koostatud „Maaturismi aabitsas“ on mõistet defineeritud kui väiksemahulist turismialast **majandustegevust**, mis baseerub kohalikel ressurssidel ja nende taluvusel ning mis toimub maapiirkonnas, kus elanike arv on  $\geq 10\,000$  ja asustihedus on  $\geq 150$  inimest/km<sup>2</sup> [8]. Maailma Turismiorganisatsioon (UNWTO) selgitab maaturismi kui **turismitegevust**, mida kogetakse maapiirkonnas pakutavate teenuste või toodete tarbimisel. Tuuakse ka välja, et tegevused toimuvad maapiirkondades, mida iseloomustavad väikene rahvastikutihedus, domineeriv maakasutamine põllumajanduseks ja metsanduseks ning traditsiooniline ühiskond ja elustiil [9]. *Salem Press* entsüklopeedia kirjeldab maaturismi kui **reisimist** maapiirkondadesse ning tähelepanu on pööratud asukohtadele, kus puudub suur turistide sissevool ning saab nautida loodust [10]. Maaturismi seletuste varieeruvus tuleneb autorite/organisatsioonide erinevatest vaatepunktidest: turist/reisija vs turismiette võte. Kombineerides definitsioone, saab maaturismi iseloomustada järgnevate tunnusoontega:

- maapiirkond – sihtkohad, kus elanike arv väiksem kui 10 000,
- vahetu kokkupuude looduskeskkonnaga ja kohaliku kultuuripärandiga,
- nõrk infrastruktuur,
- turismitegevus seotud muude kohalike maaettevõtetega,
- väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted,
- ühe kindla tegevuse pakkumine, millele ülejäänud on lisaks,
- jätkusuutliku arengu järgimine [8, 11].

Maaturismi killustatus ja mitmekesisus on seotud ühiskonnas toimuvate majanduslike ja sotsiaalsete muutustega. Maaturismi ajalugu on võimalik kirjeldada väljendiga „vana ja uus“. Vana, sest maapiirkondadesse reisimine toimus ka aegadel, kui ei peetud oluliseks majanduslikku ja ühiskondlikku kasu väljasõitude tegemisel. Reisimine oli spontaanne sugulaste ja tuttavate külastamine või mõne pikniku pidamine akadeemikute poolt looduses. „Uuem“ versiooni maaturismist tekkis 19.sajandi lõpust, kui Lääne-Euroopas hakati tähelepanu pöörama puhkuste tähtsusele kvaliteetse töö tegemisel [12]. Samuti aitas kaasa turismi edenemisele raudtee, mis aitas inimestel turvalisemalt ja kiiremini liikuda erinevatesse piirkondadesse [12, 13].

Maaturism arenes edasi hüppeliselt peale Teist maailmasõda, kui põllumajanduse tähtsus majanduslikus aspektis langes ning tekkisid probleemid maapiirkondade tööhõives ja elukvaliteedis [1]. Euroopas, USAs ning nüüdseks ka ülejäänud maailma piirkondades on hindade kahanemine, kulutuste tõusmine ning globaliseerumine võtnud järk-järgult väiketalunikelt ära vajaliku sissetuleku [14]. Et lahendada maapiirkondades olevaid sotsiaalseid ja majanduslikke probleeme, hakati Euroopas julgustama väiketalunikke looma turismil põhinevaid ettevõtteid. Maaturism on praeguseks paljudes maapiirkondades majanduslik tuum, millele baseeruvad ülejäänud maaelu toimingud [15].

Eesti maaturism on arenenud sarnaselt Euroopa riikidega, erinevus tuleneb aastatest 1950-1990, kui riik kuulus Nõukogude Liidu koosseisu. Eesti maaturismi ajendiks oli Eesti I Vabariik, kui inimestel oli võimalik oma talupidamine soetada. Nõukogude Liidu ajal tuli oma taludest loobuda ning tekkisid ühismajandid. Peale liidu lagunemist saadi talud tagasi, kuid ühiskonna majanduslik ja sotsiaalne olukord oli selleks ajaks juba muutunud. Väiketalude pidamisest ei oldud huvitatud või ei toonud piisavalt sissetulekut ning tuli leida uusi lisalahendusi, kuidas taastada maapiirkondade majanduslik seisund elamisväärseks eluks. Olukorra muutmiseks hakati 1990date lõpust talukohti ümber kujundama maaturismiettevõteteks [16]. Astumine Euroopa Liitu andis võimaluse väliskapitalile ning luua uusi võimalusi, et edasi tegeleda talupidamisega ning lisada juurde turismil põhinev teenus. Maaturismi edukuse tuumaks on eestlaste nostalgia mäletada vanu traditsioone, mida soovitakse aeg-ajalt uuesti kogeda [17].

21.sajandi alguseks on välja kujunenud kindel sihtrühm, kes soovivad kogeda maaturismiettevõtete poolt pakutavaid teenuseid. Maaturismi nautivaid külastajaid saab kirjeldada järgnevate tunnustega: 1) suurenenud huvi kultuuri, traditsioonide ja autentse



maaelu vastu; 2) puhkuse mitmeks jaotamine, et üks neist viibida maapiirkondades; 3) teadlikkuse tõusmine tervisest, mis suurendanud huvi maaelu vastu (värske õhk, liikumisvõimalused ja stressivabad olukorrad); 4) huvi kasvamine välivarustuse kasutamise kohta (riietest kuni maastikuratasteni ja kõrgtehnoloogiliste ronimisseadmeteni); 5) üksildase loodusliku koha otsimine, et lõõgastuda; 6) aktiivsete pensioniealiste suurenenud reisimise soov [18].

Tänapäeval soodustab jätkusuutliku maaturismi tegevust maailmatasemel *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) ning Euroopa tasandil *European Federation of Rural Tourism* (EUROGITES) [2, 19]. Eestis on loodud 2000. aastal maaturismiettevõtete huvide esindamiseks MTÜ Eesti Maaturism [18]. Samuti osaletakse pilootprogrammis „Rohelised sihtkohad“. Praeguses olukorras (Covid-19) on maaturismi ettevõtetel võimalus leida lisatulu riiklike ja üle-euroopaliste finantsitoetuste taotlemisega. [21, 22].

## **1.2. Maaturismi külastajate motivaatorid ja puhkuse kestvus**

Erinevatele autoritele toetudes on võimalik esile tuua vähemalt viis erinevat käsitlust reisimise ajendite kirjeldamiseks: 1) „päikese ja ringi rändamise ihalus“; 2) „tõuke ja tõmbetegurid“; 3) „isiklik ja suhtlus“, 4) „füüsiline, sotsiaalne staatus ja lugupeetavus, kultuur ning suhtlus“; 5) „sisemine ja väline suunitlus“ [23]. Esimene käsitlus „päikseihalus“ viitab atraktiivsetele kohtadele, mis pakuvad võimalusi, mida reisija oma elukohas kogeda ei saa. „Ringi rändamise ihalus“ on aga soov minna tuntust paigast tundmatusse [24]. Järgmises käsitluses „tõuketegur“ lähtub reisimisel külastaja mingi vajaduse rahuldamisest, „tõmbetegur“ aga lähtub kohtade atraktiivseks kujundamisest sihtrühmade ligimeelitamiseks [25]. Kolmandas käsitluses „isiklik“ tähendab reisimist personaalsetel eesmärkidel (õppimine, lõõgastumine, enese proovile panek, avastamine), „suhtlus“ aga sotsiaalse ringi laiendamist [26]. Eelviimane käsitlus on üles ehitatud reisijate huvidele ning viies inimeste emotsioonidele ja tunnetuslikule tajule [24, 27]. Reisimise motivaatoreid uurivates teadustöodes kasutatakse tulemuste leidmiseks peamiselt „push and pull“ teooriat [28, 29].

Pesonen on leidnud, et maapiirkondadesse reisimise motivaatoriteks on lõõgastumine, vaikus ja rahu, põgenemine pingelistest töökohtadest, sportimine ja tervislik toitumiskultuur

[30]. Sarnased reisimise eesmärgid maale, milleks on vaheldus, linna keskkonnast põgenemine, värske õhu ja looduse nautimine, on leitud ka Küprosel [31]. Koreas aga reisitakse maapiirkonda põllumajanduse ja kultuuri tõttu, huvi tuntakse maaelustiil vastu. Paljud vanemad, kes on varem elanud maapiirkondades, austavad Korea riigi põllumajandust ja kultuuri, mis omakorda kasvatanud lugupidamist sarnaste väärtuste vastu noormate põlvkondade seas [32]. Indias maapiirkondade majutusettevõtete külastamisel on aga leitud, et külastajate reisimise motivaatoreid mõjutab peale reisijate eelistusi ka kohalik infrastruktuur [29].

Eesti siseturistide reisimise kolm peamist eesmärki maapiirkondadesse 2011. ja 2013. aasta uuringutele toetudes olid sugulaste või tuttavate külastamine (32% ja 33%), rannas puhkamine (14% ja 22%) , perekondlike ja muude isiklike eluga seotud ürituste külastamine (10% ja 11%) [33]. 2011. aastal teiste eesmärkide, nagu töö- ja koolitusreis, puhkus maaturismiettevõttes ja muu, osakaal vastanute seas jäi alla 50% [7]. Ettevõtluse Arenduse Sihtasutuse poolt korraldatud uuringutes eestlaste sisereiside kavatsustest annab teada, et 2020. aastal vähemalt 61% vastanutest tegi ja 2021. aastal 52% teeb mõne sisereisi suvekuudel. 2020. ja 2021. aastal ainult 2% vastanutest eelistas ööbida turismitaludes. Võrreldes eelnevate aastatega on sisereisijate peamisteks eesmärkideks 2020. ja 2021. aastal EAS uuringute põhjal sugulaste või tuttavate külastamine, looduses jalutamine ning suvilas või maakodus puhkamine [34, 35]. Peamised sihtkohad, mida külastati 2011. aastal, asusid Tartu, Harju ja Pärnu maakonnas [5]. 2013. aasta suvel olid levinumad sihtpaigad Tartu, Tallinn, Pärnu, Saaremaa ja Ida-Virumaa [33]. 2011. aastal külastasid nooremad inimesed (vanuses 15-19) maaturismiettevõtteid rohkem kui vanemad [5].

Puhkuse kestvus mõjutab suuresti külastaja tervislikku heaolu pärast väljasõitu, seega on leitud, et puhkuse alguses kiiresti tõusvad tervise ja heaolu näitajad jõuavad maksimaalsesse tippu kaheksandal päeval [36]. Eestlaste eelistatuim reisi pikkus 2011. aastal maapiirkondadesse oli üks nädal, millele järgnes reisi pikkus 2-3 päeva [7]. 2018. aastal 54,7% Euroopa Liidu riikide elanike reisidest olid lühireisid (1-3 päeva), 27,8% nädal ning 11,9% kaks nädalat, aga üle kahe nädalasi reise tegi ainult 5,5% elanikkonnast. Seitsme EL liikmesriigi elanike pikemate reiside osakaal oli suurem kui lühireiside oma. Kolm neljandikku reise, mida Eesti ja Läti elanikud tegid, kestsid 1-3 päeva [37].

### 1.3. Maaturismiettevõtete teenused ja nende kvaliteet

Turism on saanud oluliseks majanduslikult kasu toovaks elemendiks maapiirkondades, seetõttu maaturismiettevõtete poolt pakutavad teenused põhinevad kohalikel loodusressurssidel ning kultuuripärandil [38]. Et turistid külastaksid selliseid piirkondi regulaarselt, tuginetakse nendes sihtkohtades jätkusuutlikule arengule – hoitakse loodust ja austatakse kohalikku kultuuri. Teenused, mida pakutakse erinevates maaturismi sihtkohtades, on loodud kohalikku kogukonna poolt, kasutades ümbritsevat territooriumit, erilist kultuuripärandit ja maaeluviisi ning tegevusi looduses, mis võimaldavad ringi liikumist (vt Lisa 2) [39].

Maaturismi mõiste hõlmab mitmeid erinevaid väikesemahulisi turismivorme nagu näiteks talu-, öko-, kultuuripärandi-, seiklus-, toiduturismi jt (vt Lisa 3) [8]. Teenuste mitmekesisus sõltub turistide erinevatest reisieesmärkidest. Eestis on maapiirkondade ettevõtete teenused jagunenud 12 erikategooriasse: majutus, toitlustamine ja söögikohad, aktiivne, tervise- ja perepuhkus, teematalud ja muuseumid, seminaride ja pulmade korraldamine, väiketootjate külastamine, koostöövõrgustikud, väikesadamad ning reisikorraldajad. Aastal 2021 pakub maaturismiteenuseid MTÜ Eesti Maaturismi liikmetena 298 ettevõtet, nendest majutust 217 [20]. Lisaks ühingusse koondunud liikmetele on maapiirkondades väga palju neid ettevõtjaid, kes ühingusse ei kuulu.

Eesti siseturistid, kes on külastanud 2011.aastal maaturismiettevõtteid puhkuse ajal, eelistasid järgmisi tegevusi: rannas puhkamist (päevitamine, suplemine), looduslike, ajalooliste ja kultuuriliste vaatamisväärsuste või spaade/sanatooriumite külastamist. Rohkelt on ka neid, kelle meeldinud külastada erinevaid üritusi (kontserdid, festivalid, laadad, teatrietendused). Aktiivset puhkust harrastavad inimesed on eelistanud ööbimist suvilates, vanemate maakodudes või sugulaste/tuttavate juures [7].

Turismiteenuste pakkumisel on tähtis roll ka kvaliteedil, seda hindab tavaliselt tarbija. Kvaliteet on nähtus, mida tarbijad tunnetavad erinevalt, peamiselt tajutakse selle puudumist [40]. Kõige tavalisem meetod kvaliteedi hindamiseks on tagasiside küsimine, kui rahul tarbija on peale teenuse kasutamist [41]. Eesti maaturismi ettevõtete 2011. aasta uuringus on leitud, et külastajad on suuremalt jaolt rahul pakutavate teenuste kvaliteediga. Kõige rohkem oldi rahul toitlustusega, kõige vähem lisateenustega [7].

Loodud on mitmeid erinevaid kvaliteedimärgiseid, mis edastavad tulevastele külastajatele info, mida ettevõtte väärtustab oma teenuste pakkumisel. Euroopa Liidu siseselt ei ole ühiseid märgiseid maaturismiettevõtetele, kasutusel on erinevates riikides *EU Ecolabel* [42]. MTÜ Eesti Maaturismi koduleheküljel on välja toodud neli erinevat märgist, mis edastavad olulist teavet Eesti majutusasutustes pakutavate teenuste kvaliteedi või profiili kohta. Nendeks neljaks märgiseks on:

- „Siin on turvaline“,
- matkajasõbralik,
- EHE märgis,
- *Green Key* [20].

Tänapäeval on märgistel kaitsvad, standardeid näitavad või koordineerivad eesmärgid, neid kasutatakse kvaliteedi, jätkusuutlikkuse või keskkonnasäästlikkuse edendamiseks. Märgiseid kasutatakse ka tunnustuste välja andmiseks kui ettevõtete teenused vastavad oodatud nõuetele. Suureks probleemiks on saanud märgiste rohkus, mille tõttu raske eristada kvaliteedinäitajate olulisust [42, 43].

## **1.4. Maaturismi turunduskanalid ja trendid**

Turundus on tegevuste kogum, mis hõlmab klientide vajaduste välja selgitamist, vastavat teenuste ja toodete arendamist, hinna määramist ning nende kättesaadavuse võimaldamist sihtrühmadele. Turismiturunduse tuumaks on tarbijate kogetud külastuselamused. Teoreetilisi turunduskavandeid on mitmeid ning ühte kindlat „õige“ versiooni ei ole võimalik välja tuua [8]. Üks osa turundusest on teabe edastamise allikad, nende kaudu on võimalik kindlates sihtrühmades huvi äratada turismitoote vastu. Suurem osa Eesti maaturismiettevõteteid 2011. aastal kasutas turunduskanaliteks kodulehte või neid külastanud inimeste positiivsete kogemuste edasi jagamist (*Word of Mouth*). Samuti peeti kasulikuks teabe edastamise kohtadeks turismiportaale ja -infopunkte. Televisiooni, raadiot ja trükimeediat kasutati väga vähe [7].

Eesti riiklikus turismiarenduskavas 2002-2005 on maapiirkondade turismi edendamises oluline punkt olnud kultuuri- ja ajaloolise eripära esile toomine, mida viidi läbi

turundusprogrammi „Avasta Eestimaad uut moodi“ abiga. Eesmärgiks oli ka turismikeskuste arendamine väljaspool Tallinnat [44]. Eelnevalt mainitud eesmärgid kuuluvad riikliku turismiarendukava 2007-2013 turismisektori tugevuste alla, probleemseks kohaks on aga saanud jätkusuutlik areng. Sellise ajendi tõttu on jõudnud arengukavasse maa- ja loodusturismitoodete arendamine ning säästva turismi edendamine [45]. Viimases riiklikus turismiarenduplaanis 2013-2020 on juba eraldi teemadena tähelepanu pööratud toidu-, loodus-, mere- ja tervisturismile, nendele lisaks on jätkatud ka säästva turismi edendamist. Oluliseks on saanud ka kvaliteedisüsteemi arendamine ja selle rakendamine [46].

Muutused turistide ootustes, vajadustes ja naudingutes on toonud esiplaanile alternatiivse turismi, kus peatakse oluliseks klientide eelistusi [47]. Massturismi nõudlus on vähenenud majanduslike ja sotsiaalsete muutuste tõttu, arenenud riikides on turismiteenuseid rohkem kui nende tarbijaid ning seepärast on hakatud tähelepanu pöörama erinevate sihtrühmade soovidele ja vajadustele [48]. Praeguseks on oluliseks saanud üha enam individuaalsed ja autentsed reisikogemused, reise planeerimisel toetatakse paljuski tehnoloogilistele lahendustele. Usaldatakse rohkem personaalseid soovitusi, mida leitud veebilehtedelt, sotsiaalmeediast jne. Ennustatakse, et turismisektoris eriti oluliseks muutuvad „autentses kohtades olevad füüsilised kogemused“ [49].

Maaturism on laialdane, seetõttu kuulub sinna alla palju erinevaid turismivorme, tuntumaid neist on taluturism (elatakse talus ja tehakse kaasa talu töid), kultuuriturism (tähelepanu pööratakse kultuuri erinevustest tulenevatele eluviisidele), ökoturism (ühendatud kohalik kogukond, looduskaitse ja jätkusuutlikkus), loominguline turism (põhinetakse uute oskuste õppimisele ja edasi arendamisele) ja kokanduslik turism (koosneb toidu- ja veiniturismist – otsitakse uusi maitseelamusi) [48]. Maaturismi trendid peegeldavad ühiskonna majanduslikke ja sotsiaalseid muutusi, seetõttu on tähtsaks saanud tänapäeval talude spetsialiseerumine (fookusaladele keskendumine). Talude spetsialiseerumine on kaasa aidanud niššturismi trendide tekkimisele nagu näiteks temaatilised talud (turismitoode arendatud ühele kindlale teemale, nt aiandustalu, käsitöötalu), aktiivne agroturism (talutööde tegemisega liikumist võimaldav puhkuse pakkumine), toiduturism (toiduteed, laadad, festivalid) ja terviseturism (tervislik eluviis suunamine) [50]. Suundumuseks on saanud ka loovus, tehnoloogiline innovaatus ja autentsus [51]. Populaarsust kogub samuti aeglane elustiil (aja maha võtmine, lähedastega suhte soojendamine, vaimu kosutamine ning

isiklikele vajadustele ja eesmärkidele keskendumine). Peamisteks maaturismi sihtrühmadeks on tänu ühiskonna vananemise tõttu saanud pensionieas olevad inimesed, samuti pööratakse suurt tähelepanu ka hoolekannet vajavatele inimestele (nii täiskasvanutele kui ka lastele) [50].

## 2. MATERJAL JA METOODIKA

Käesolevas uurimistöös on kasutatud MTÜ Eesti Maaturism poolt Eesti suurimal turismimessil aastatel 2004-2020 läbi viidud küsitluse andmeid. Aastal 2013 küsitlust läbi ei viidud. Küsitlusi jagati terve Touresti toimumise vältel (kolm päeva) Eesti messiboksis liikuvatele inimestele, kes olid nõus küsimustikku täitma. Ankeetküsitluste andmete kokkuvõtmine ja analüüs toimus MTÜ Eesti Maaturism juhataja palvel ning seetõttu ei ole töö autoril olnud võimalust ankeetküsitluse kokkupanemises osaleda. MTÜ Eesti Maaturism juhataja suulise info põhjal saab öelda, et küsimustikud erinevad aastate lõikes, küsimusi on lisandunud ja eemaldatud ning olemasolevaid küsimusi on täiendatud, vastavalt olukorrale või aktuaalsetele teemadele Maaturismis.

Ankeetides on läbivalt küsitud inimeste puhkamiseelistusi erinevates Eesti regioonides, maapiirkonnas puhkamise kestvust, kulutusi puhkuse ajal, infokanaleid, tegevuste eelistusi ning toidu eelistusi (lisa 1a, 1b). Samuti on ankeedis läbivalt küsimused vastaja soo ja vanuse kohta. Alates 2017.a. on lisandunud küsimus Maaturismi Avatud Uste päevade kohta (lisa 1b).

Kõik ankeetidel olevad andmed sisestati aastakäikude kaupa MS EXCEL tabelarvutusprogrammi, küsimuste vastused ühtlustati järjestuse alusel, valikvastused kodeeriti ning moodustati ühtne andmebaas. Küsimusi, mida küsiti vaid ühel või mõnel aastal käesolevas töös ei analüüsitud, näiteks käsitöötooted aastal 2006, majutusasutuste tegevusloa olulisus 2009-2012 ja GPS-i kasutamine ettevõtete leidmiseks 2012-2016. Andmeid analüüsiti MS Excel programmi abil ning olulisemate tulemuste kohta koostati joonised.

*Tourest* on suurim rahvusvaheline ja pikima ajalooga turismimess Balti riikides. Seda on korraldatud 1991.aastast Eesti Turismifirmade Liidu poolt. Messil on esindatud erinevad reisibürood ja -korraldajad, transpordiettevõtted, turismitugiteenused. Eraldatud on „*Global Village*“ ala välisriikide esindajatele. „Puhka Eestis“ sektorisse, mida korraldatakse koostöös EASi turismiarenduskeskusega, on kokku toodud Eesti maakondade ja seal asuvate

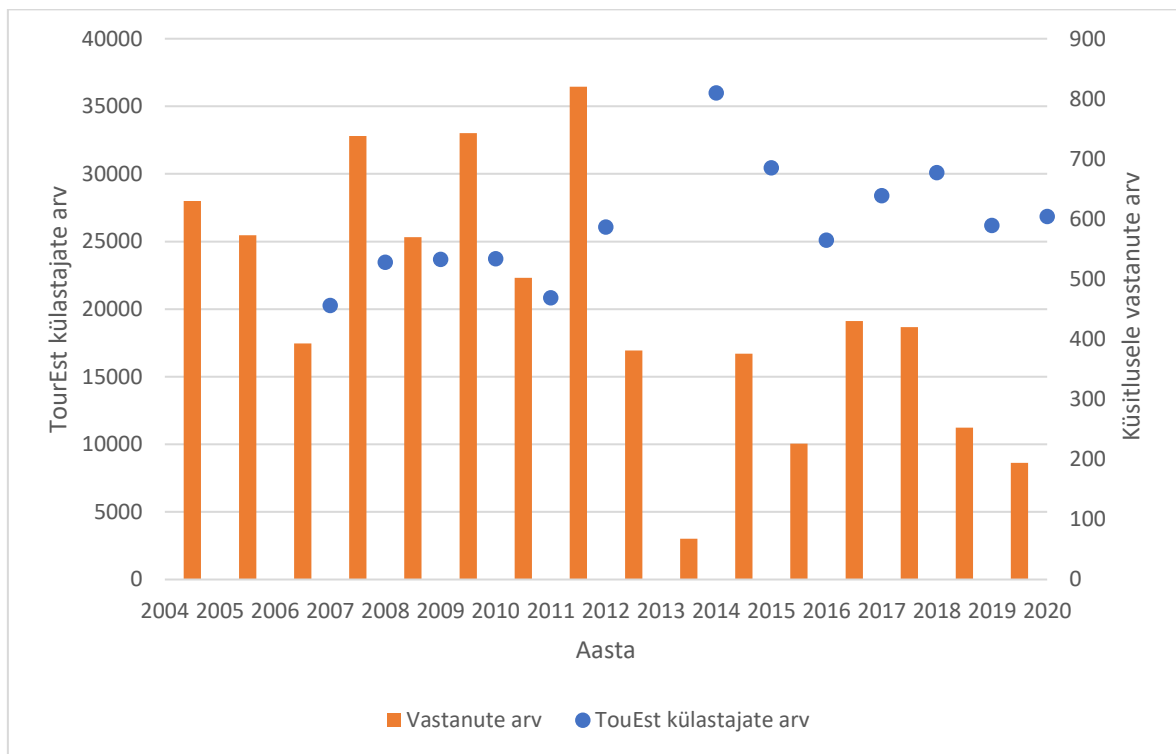
turismiattraktsioonid väljapanekud. Ehedat eestimaist toitu saab degusteerida eraldatud sektoris “Elamused ja Maitset”[52].



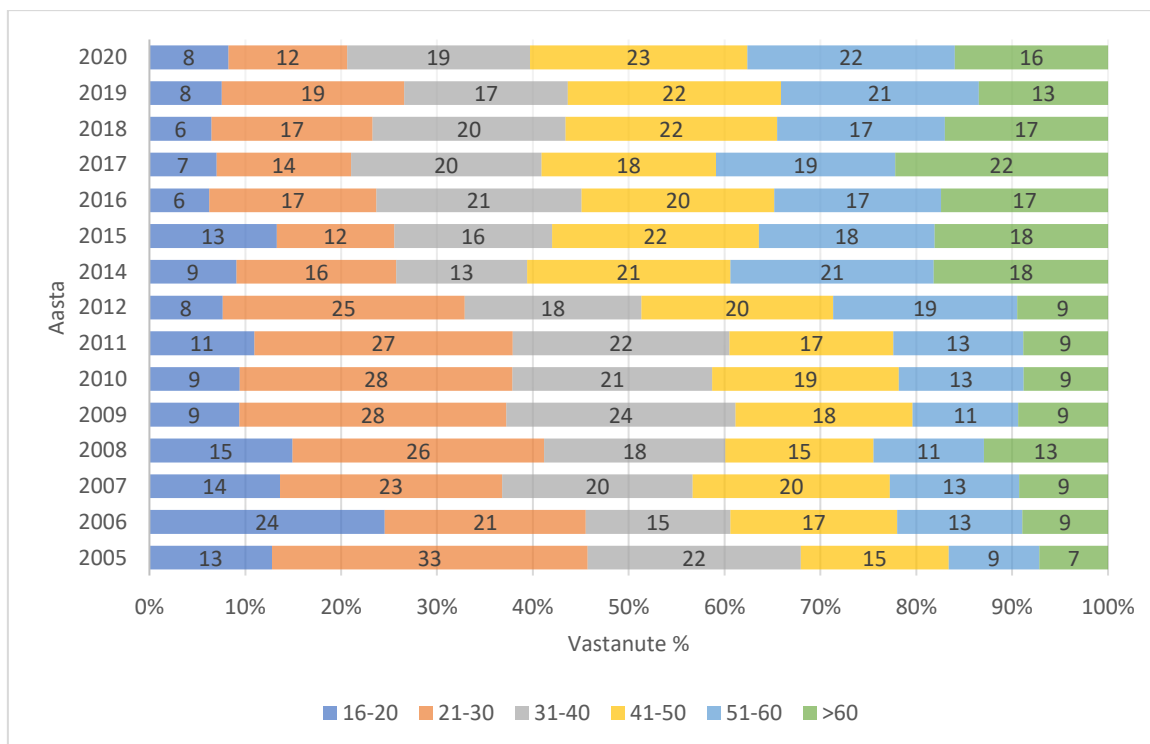
### 3. TULEMUSED

#### 3.1. Küsitlusele vastanute arv ja vanuseline muutus

Ankeetküsitlusele on läbi aastate olnud vastajate arv väga erinev, varieerudes 68 vastajast (2014) kuni 820 vastajani (2011) (joonis 1). Vastajad katavad kõiki vanusegruppe alates 16 aastastest kuni vanuseni 60+ (joonis 2). Täheldatav on vastajate hulga vähenemine ning nooremate vastajate osakaalu kahanemine alates 2014. aastast. Vastajate hulk on aastate lõikes ainult 1-5% TourEst messi külastajate arvust.

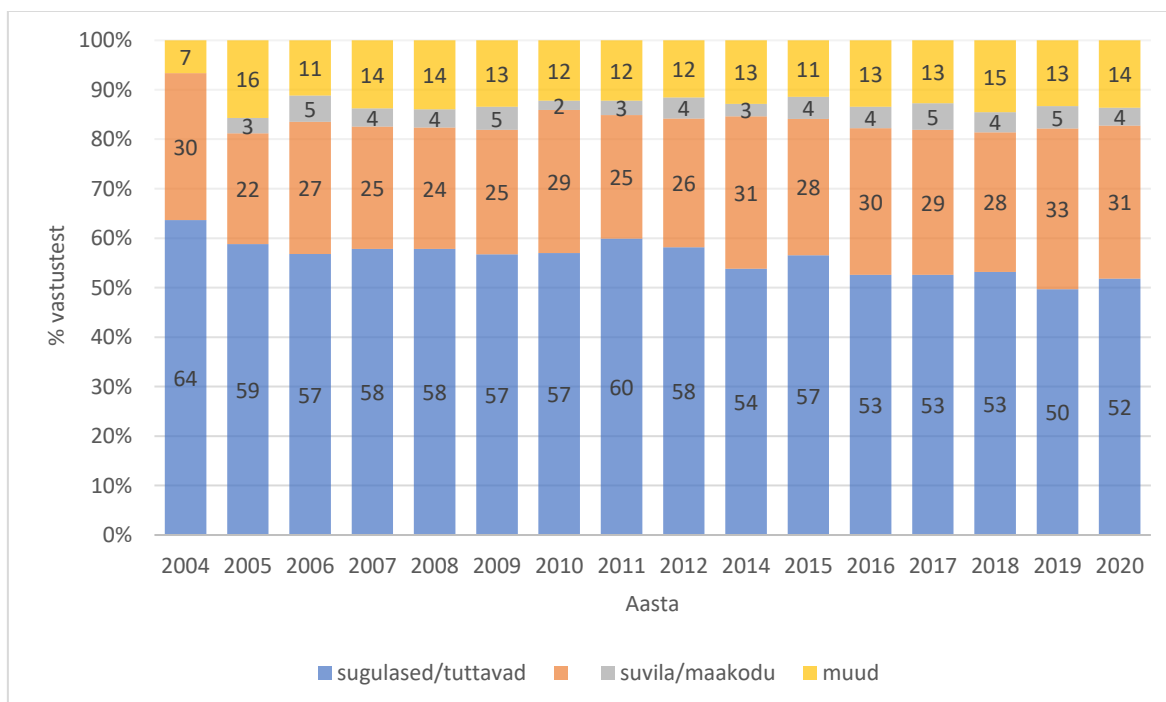


**Joonis 1.** *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt läbi viidud küsitlusele vastanute arv ning messi külastajate arv.



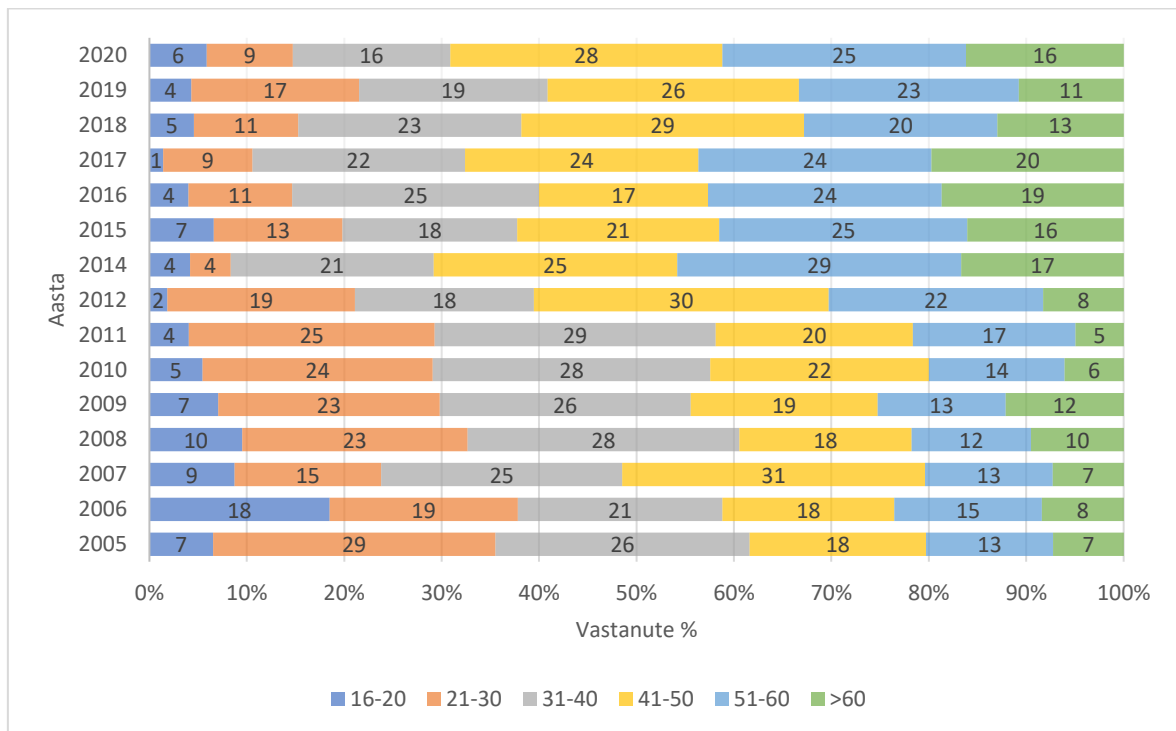
**Joonis 2.** *TourEst* turismimessil 2005-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitlusele vastanute vanuseline jaotus %-des.

Vastanutest on Eestis reisidel maaturismiettevõtteid külastavaid isikuid 22-33%, ehk veerand kuni kolmandik (joonis 3). Sõprade/tuttavate juurde reisimise osatähtsus on aeglaselt langemises aga see-eest maaturismiettevõtete külastamine on väikeses tõusutrendis.



**Joonis 3.** *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi korraldatud küsitlusele vastanute eelistatud kohad puhkusel olles %-des aastate lõikes. „Suvila/maakodu“ eraldatud vastustest aastast 2005 töö autori poolt.

Maaturismiettevõtteid on enne 2013. aastat eelistanud pigem vanuserühmade 20-40 aastat esindajad, peale 2013. aastat on suurem 40-60 aastaste vastajate osakaal (joonis 4), protsendilise langus viimastel aastatel on peamiselt toimunud vanusegrupis 21-30.

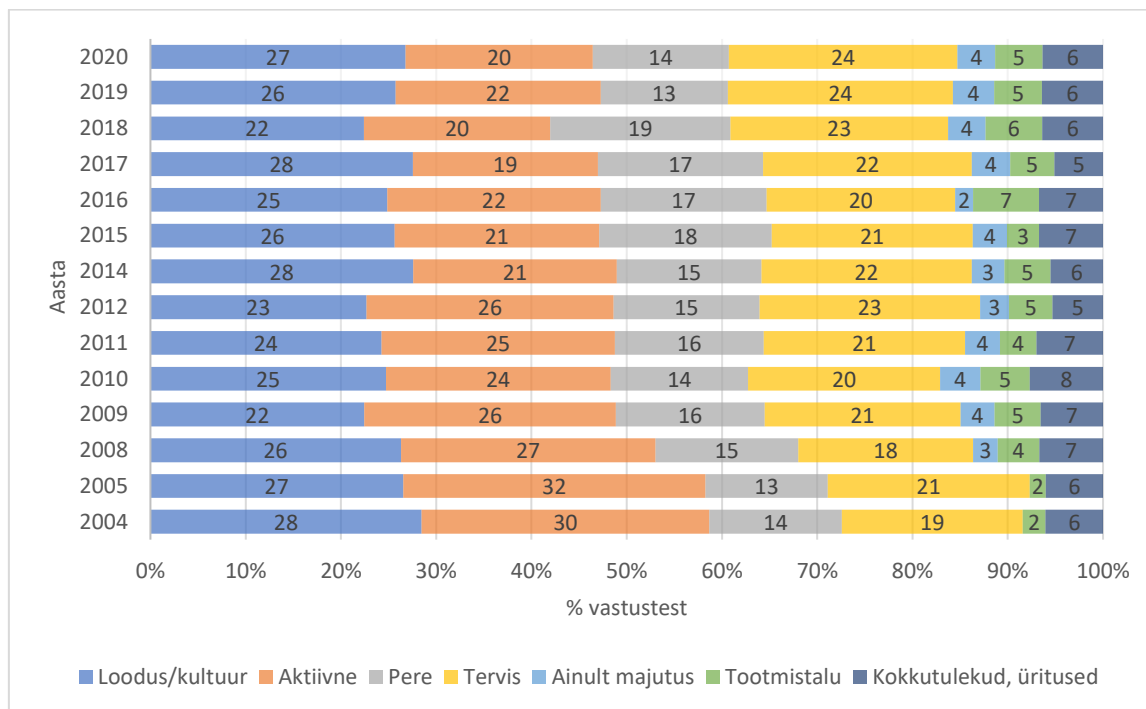


**Joonis 4.** Maaturismiettevõtetes viibimist eelistavate vastanute osatähtsus %-des vanuserühmade ja aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt kogutud andmete põhjal.

### 3.2. Puhkuse eesmärgid, sihtkohad, kulutused ja kestvus

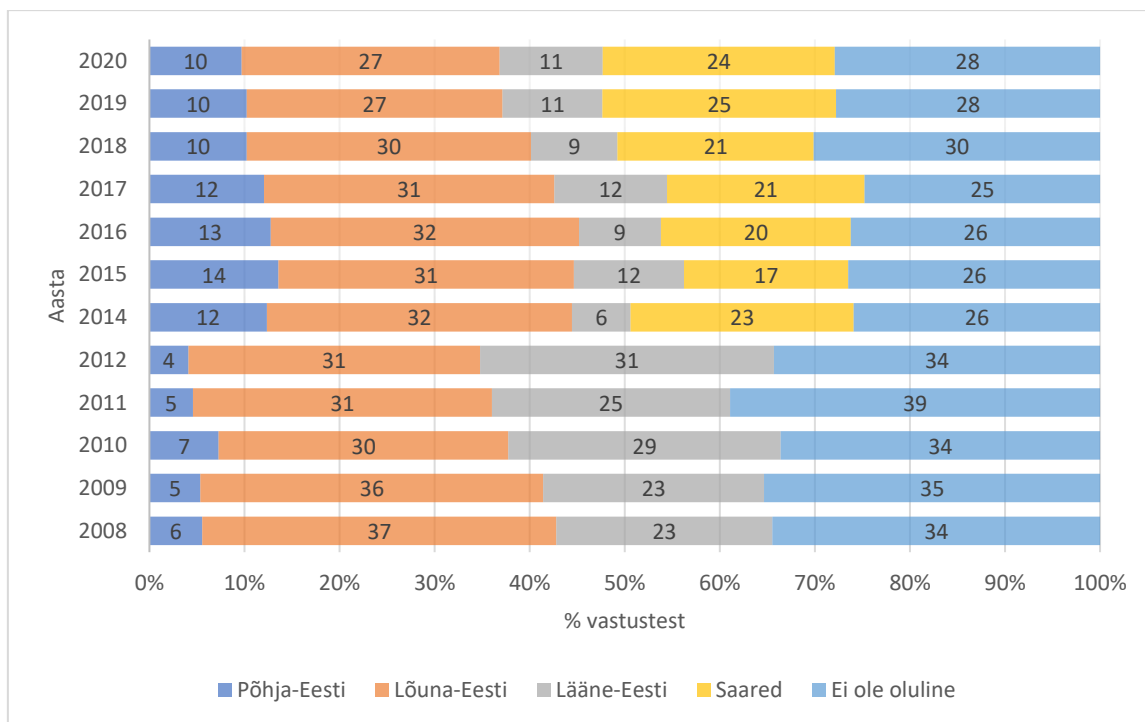
Maapiirkonnas veedetava puhkuse peamiseks eesmärgideks on vastanutel läbivalt looduse ja kultuuri nautimine ning aktiivse puhkuse veetmine (joonis 5). Järjest suurema osakaalu on saanud tervisepuhkus. Oma kindel koht on maapiirkonnas puhkamisel perepuhkusel

tootmistalude külastusel ja kokkutulekutel. Vaid majutust peab maapiirkonnas puhkamisel oluliseks tarbitavaks teenuseks 2-4 % vastajatest.



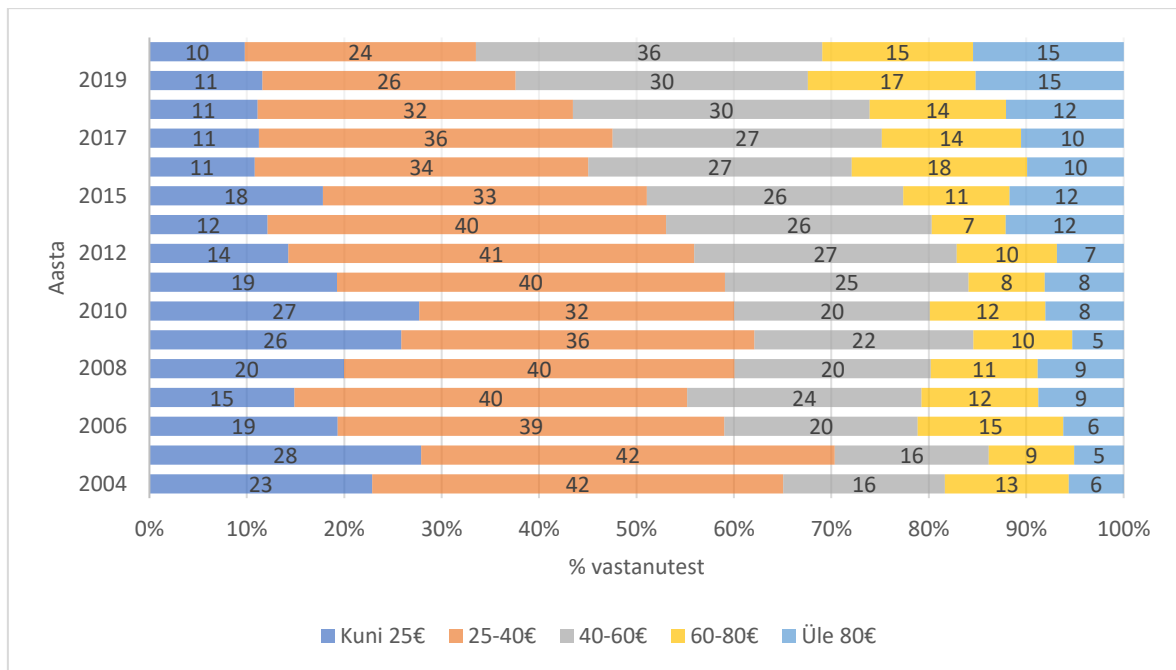
**Joonis 5.** Siseturistide eelistused maapiirkondades pakutavatest puhkusliikidest ja teenustest %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2006-2007 ja 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal. „Ainult majutus“ lisatud ankeetidele juurde aastast 2008.

Erinevate Eesti piirkondade külastamise osas on toimunud eelistuste muutused. Kui aastatel 2004-2012 ei olnud üle 33% inimeste jaoks oluline, millises Eesti piirkonnas reisida ja ligi kolmandik eelistas Lõuna-Eestit, siis alates 2014.a., kui valikusse lisandus Lääne Eesti kõrval ka saared, on vastanute hulk, kellele piirkond pole oluline, kahanenud, kuid Lääne-Eesti osakaal koos saartega on ikka ligi kolmandik. Samas on tõusnud Põhja-Eesti kui sihtkoha populaarsus (joonis 6).

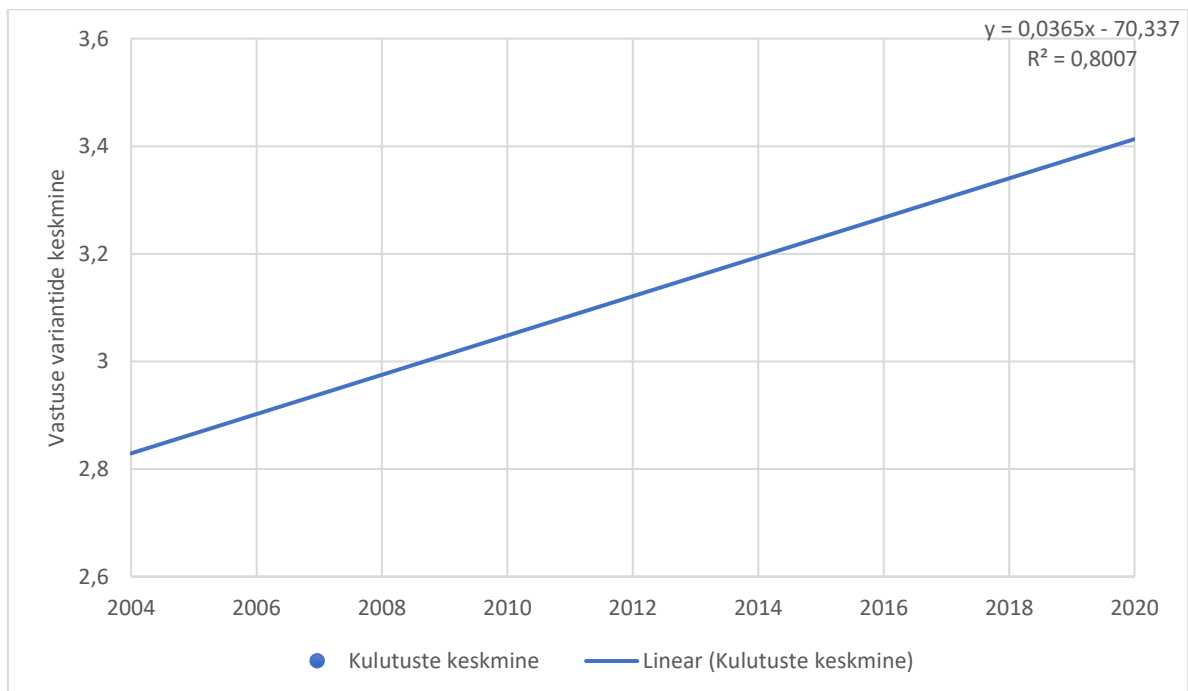


**Joonis 6.** *TourEst* turismimessil 2008-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitlusele vastanute eelistused külastatava piirkonna suhtes %-des aastate lõikes. „Saared“ eraldatud aastast 2014.

Oluliselt on suurenenud küsimustikule vastajate kulutused maapiirkonnas (joonis 7). Aastatel 2004-2015 olid üle 50% vastanutest valmis kulutama puhkusel päevas, kas kuni 25€ või 25-40€. 2016. aastast alates on aga 50% vastanutest valmis kulutama rohkem kui 40€. Sujuvalt on Järk-järgult aastati tõusnud üle 80€ kulutused. Kulutuste vastuste variantide keskmisi vaadates ilmneb, et vastanute valmisolek kulutuste tegemiseks on tõusvas trendis (joonis 8).

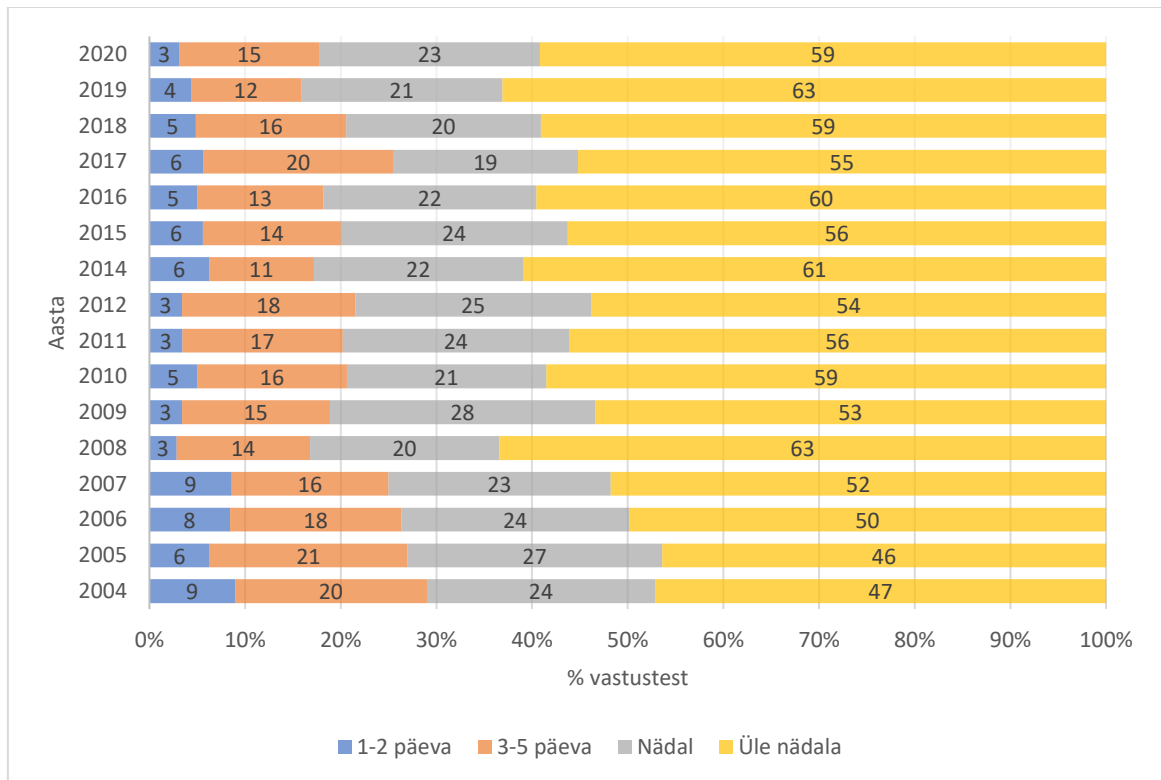


**Joonis 7.** *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v. a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi korraldatud küsitlusele vastanute päevased kulutused %-des puhkuse ajal aastate lõikes.



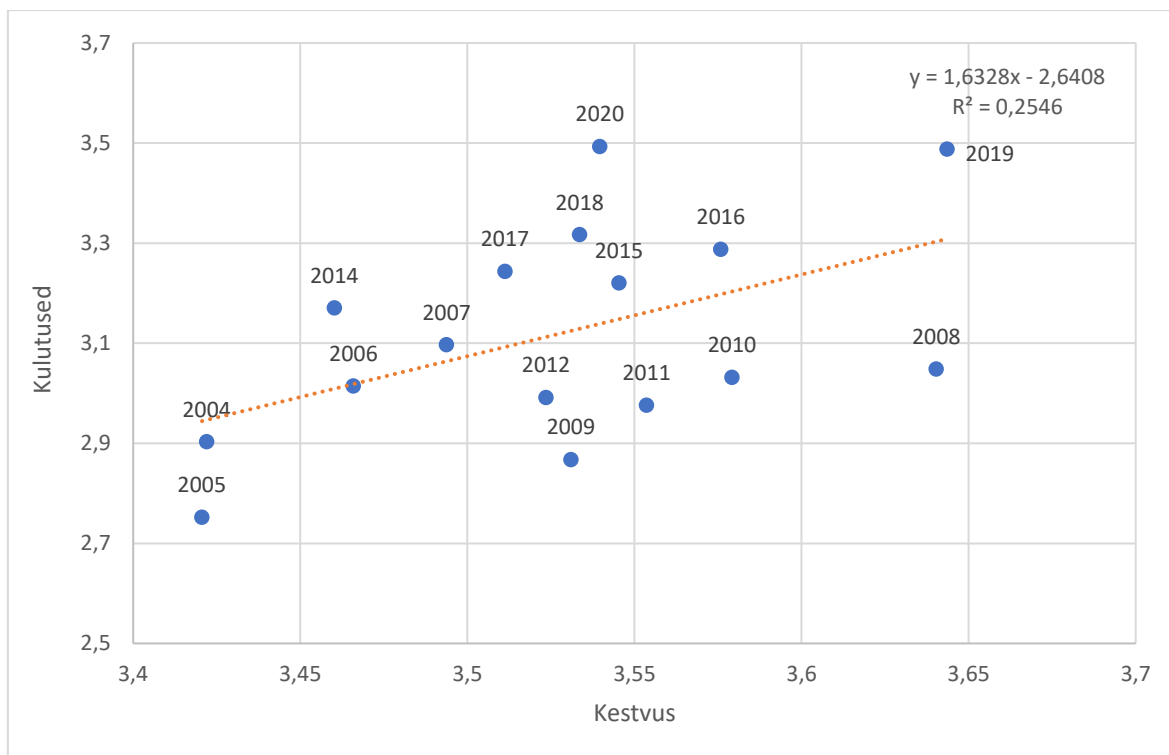
**Joonis 8.** *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitlusele vastanute päevaste kulutuste valikuklassi keskmine aastate lõikes, valikuvариandid: 1) kuni 25€, 2) 25-40€, 3) 40-60€, 4) 60-80€ ja 5) üle 80€.

Vastajad on aastate lõikes ühtlaselt oluliseks pidanud reise, mille pikkused üle nädala. Aastast 2007 on „üle nädala“ osakaal vastanute seas üle 50%. Samuti on pidev olnud 3-5 päevase ja nädalase puhkuse protsendiline osakaal. Järjest vähem on eelistatud 1-2 päevaseid reise, 2007-2020 eelistas lühireise maapiirkondadesse ainult 3-6% (joonis 9).



**Joonis 9.** Vastanute eelistused puhkuse kestvuse suhtes %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal.

Päevase kulutuste ja puhkuse kestvuse keskmiste sõltuvus üksteisest annab teada, et vastanute puhkuste pikkused on kasvanud. 2015-2020. aastatel on kestvuse suurenemine mõjutanud ka kulutuste tõusmist. 2004-2012. aastatel raha kulutamine reisil ühes päevas ei sõltunud eriliselt puhkuse pikkusetest (joonis 10).

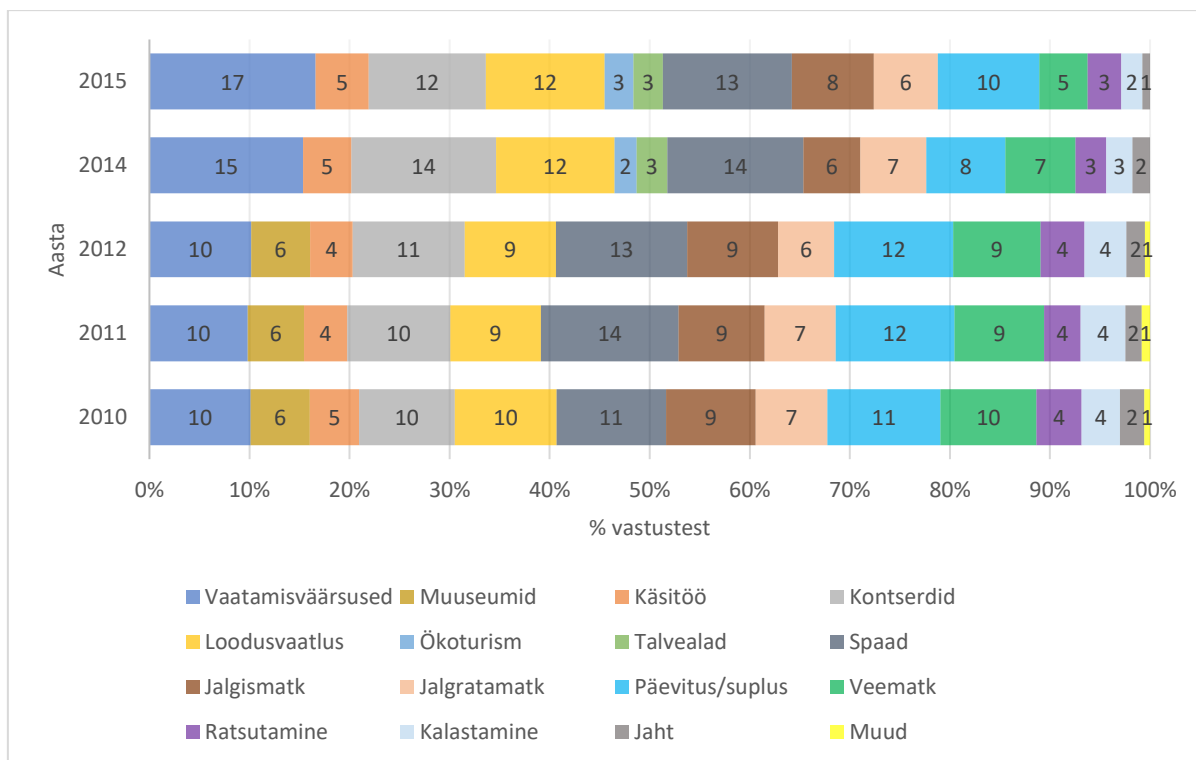


**Joonis 10.** Päevase kulutuste ja puhkuse kestvuste keskmiste valikuklasside sõltuvus üksteisest aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal.

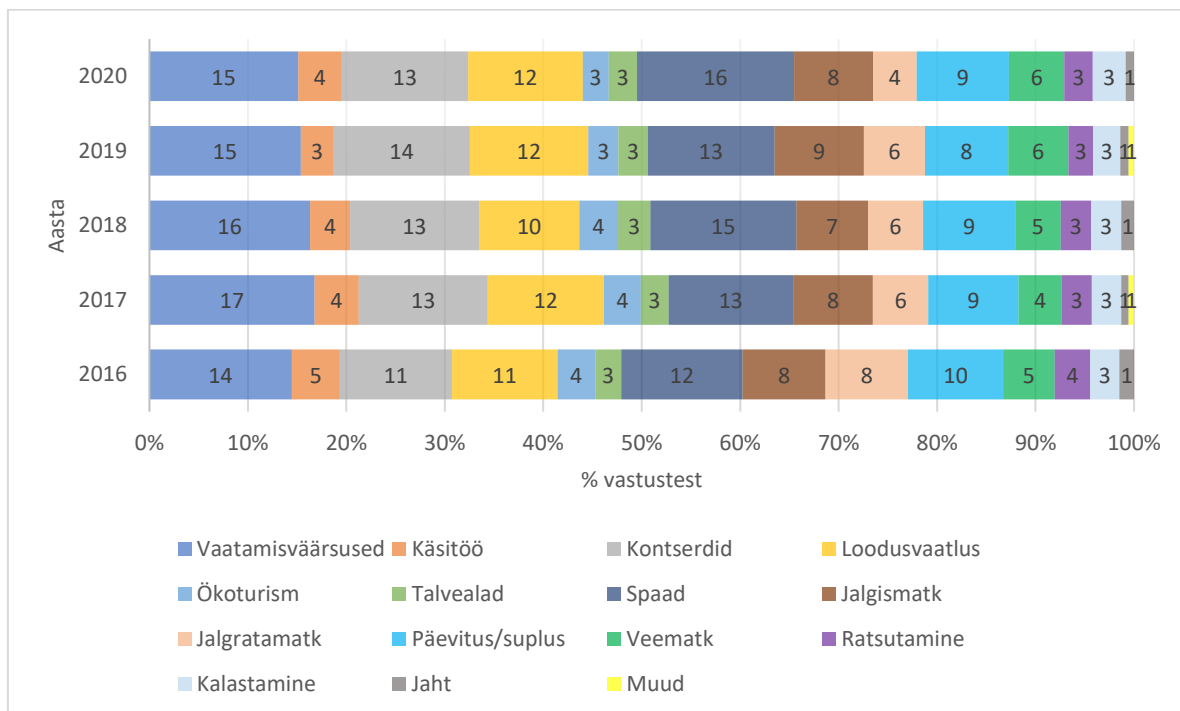
### 3.3. Maapuhkuse tegevused ja kvaliteedimärgiste olulisus

Kui 2010-2012 lisada muuseumid vaatamisväärsuste hulka, siis peamiselt eelistatakse puhkustel külastada vaatamisväärsusi (14-17%), spaasid (11-16%) ja üritusi (10-14%). Samuti on aastast aastasse olulised olnud päevitamine ja suplus (8-12%) ning loodusvaatlus (9-12%). Aktiivseid tegevusi, vee-, jalgsi- ja jalgrattamatku, on eelistatud aastate lõikes vastanute seas vahemikus 5-10%. Ülejäänud tegevusete (kalastamine, ratsutamine, jaht, käsitöö, ökoturism, talevalad ja muud) osakaal jääb alla 6% (joonised 11, 12).



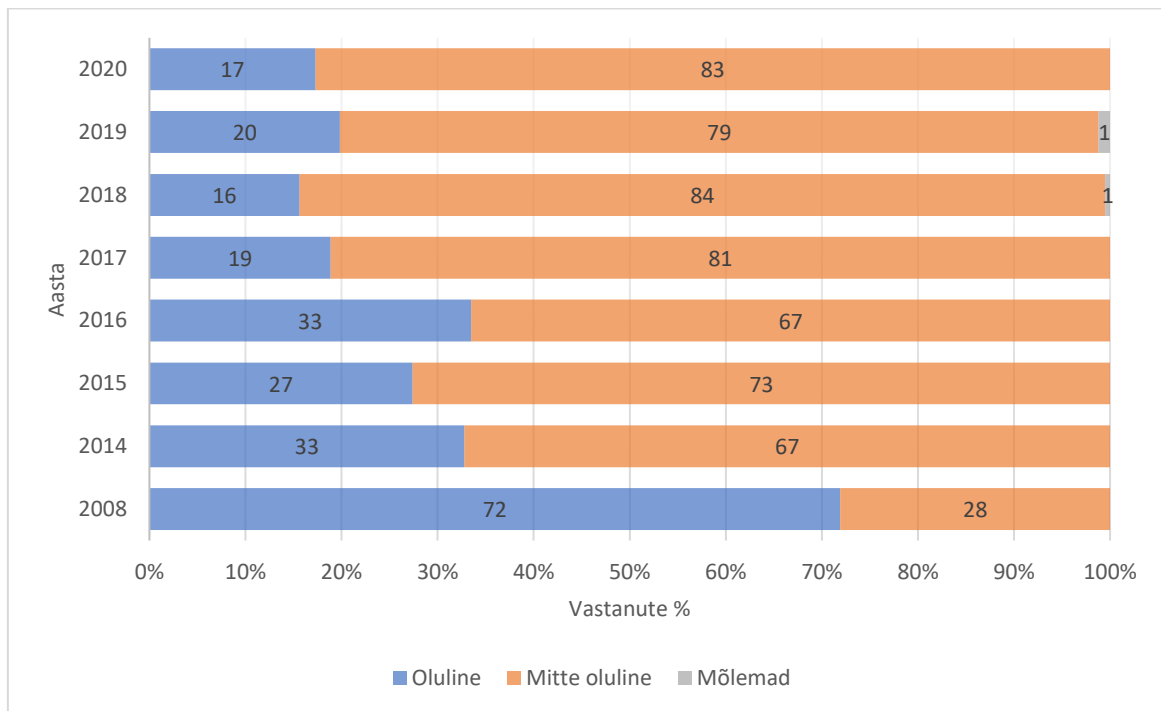


**Joonis 11.** Vastanute eelistused maapiirkondades pakutavatest tegevustest %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2010-2015 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal. „Muuseumid“, „ökoturism“ ja „talvealad“ vastusevariant lisatud ankeetidele aastast 2014.



**Joonis 12.** Vastanute eelistused maapiirkondades pakutavatest tegevustest %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2016-2020 MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal.

Spaade osakaal on olnud väikeses kasvutrendis võrreldes 2010. ja 2020. aasta andmetega (5%), jalgratta- ja veematkade tähtsus aga on kahanenud (3% ja 4%). 2010.-2020. aastatel vastanute eelistused ei erine suuresti ülejäänud tegevuste suhtes (joonised 11, 12).

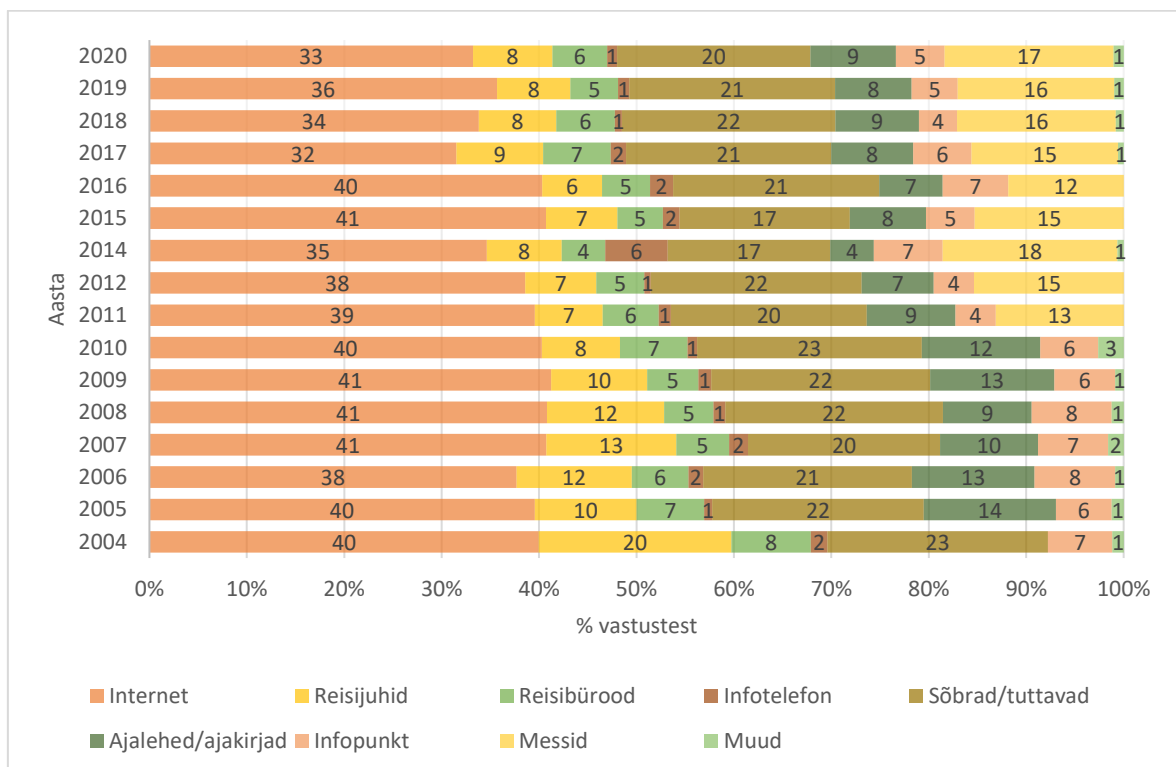


**Joonis 13.** Vastanute eelistused märgiste olulisusest %-des aastate lõikes 2008-2020 *TourEst* turismimessil MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal. 2009-2012 aasta vahemikus puuduvad kokkuvõtlikud andmed.

Küsitlustele vastanute seas on märgiste oluliseks pidamisel toimunud suurem langus. 2008. aastal on 72% vastanutest märgiseid oluliseks pidanud, 2014. aastal aga suure languse tõttu ainult 33%. Märgiste olulisuse kahanemine on jätkunud ka järgmistel aastatel. 2017.-2020. aastal pidas märgiseid oluliseks vaid 16-20% vastanutest, oluliseks ei pidanud märgiseid 79-84% (joonis 13).

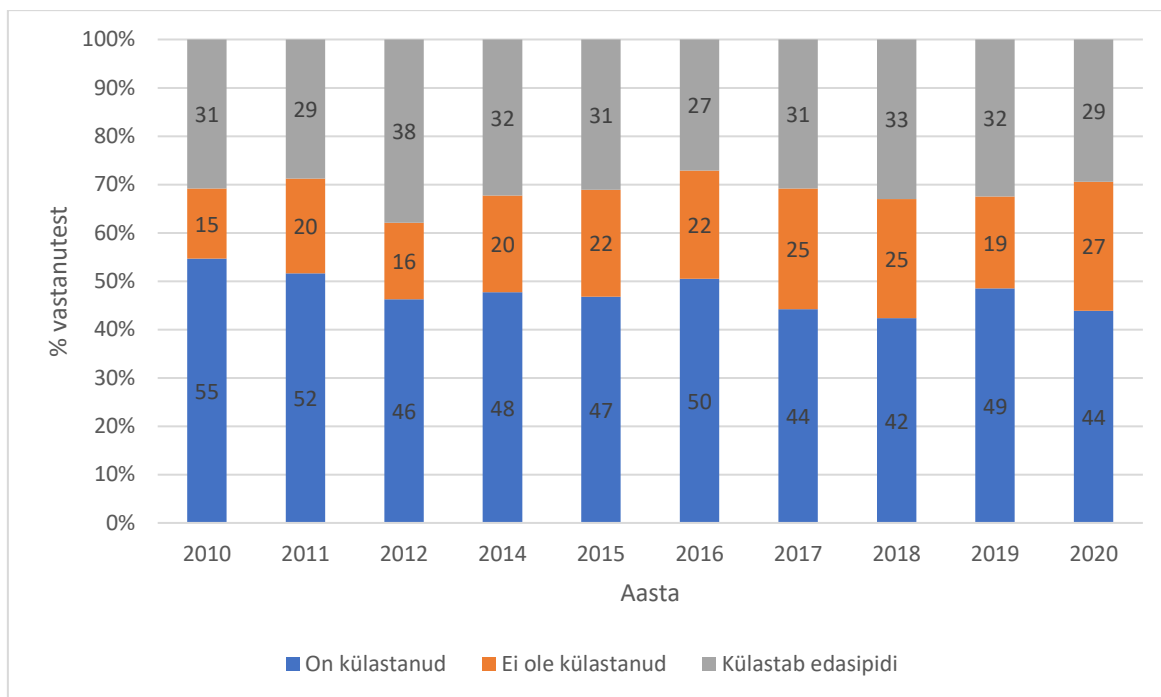
### 3.4. Maaturismi turunduskanalid ja nende kasutamine

2004.-2020. aastatel küsitlusele vastanud kastutavad peamiselt maaturismiettevõtete kohta teabe leidmiseks järgnevaid turunduskanaleid: interneti (32-41%), tuttavate ja sõprade soovitusi (*Word of Mouth*) (17-23%), messe (12-18%). Reisijuhtide ja ajalehtede/ajakirjade osakaal on aastatega langenud. Reisibüroode ja infopunktide kasutamine on aastate lõikes jäänud samaks (4-8%) (joonis 14).



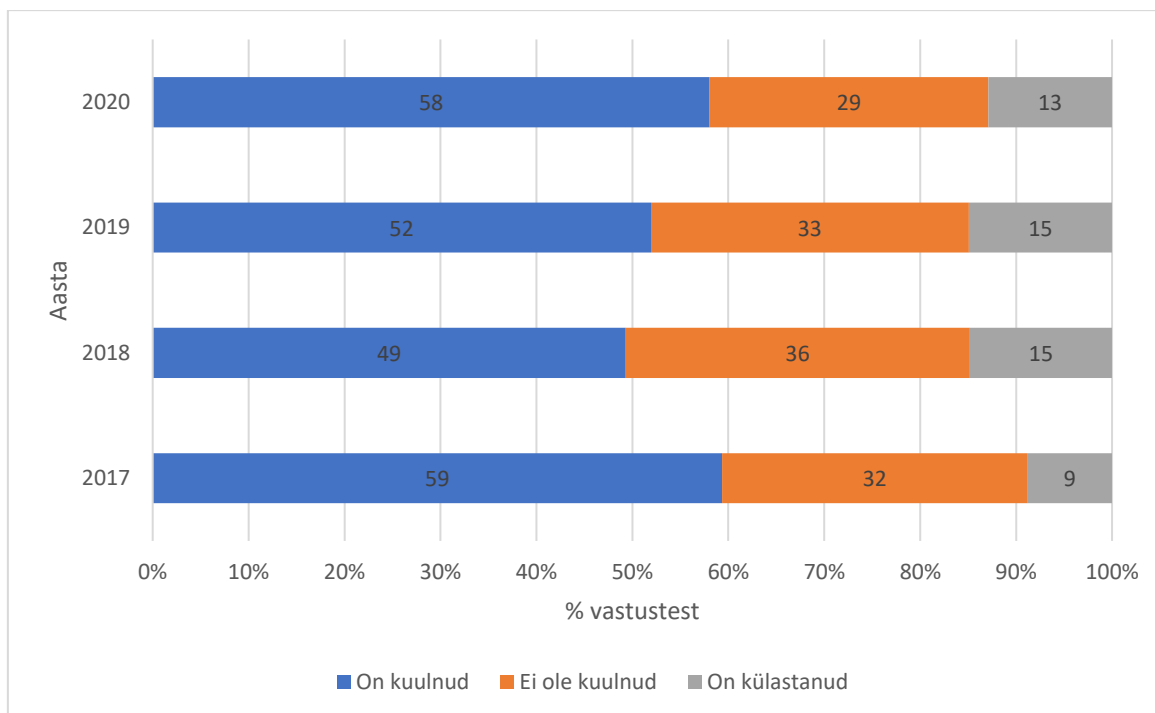
**Joonis 14.** Vastanute eelistused peamiste maaturismi teabe hankimise kanalitest %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2004-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal. „Ajalehed/ajakirjad“ lisatud ankeetidele aastast 2005 ja „mess“ lisatud aastast 2011.

Küsitluses on eraldi kogutud andmeid kahe spetsiifilise turunduskanali kohta. Nendeks kanaliteks on MTÜ Eesti Maaturismi poolt hallatav kodulehekülg *maaturism.ee* ja sama ühingu poolt korraldatav üritus „Avatud Uste Päev“. Kodulehekülge on 10 aasta jooksul (2010-2020) külastanud 42-55%, 2012. aastast alates on vastanute, kes pole külastanud või külastab seda lehte edaspidi, osakaal tõusnud üle 50% (joonis 15).



**Joonis 15.** TourEst 2010-2020 (v.a 2013) MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitlusele vastanute teadlikkus %-des Eesti Maaturismi infoportaalist [www.maaturism.ee](http://www.maaturism.ee) aastate lõikes.

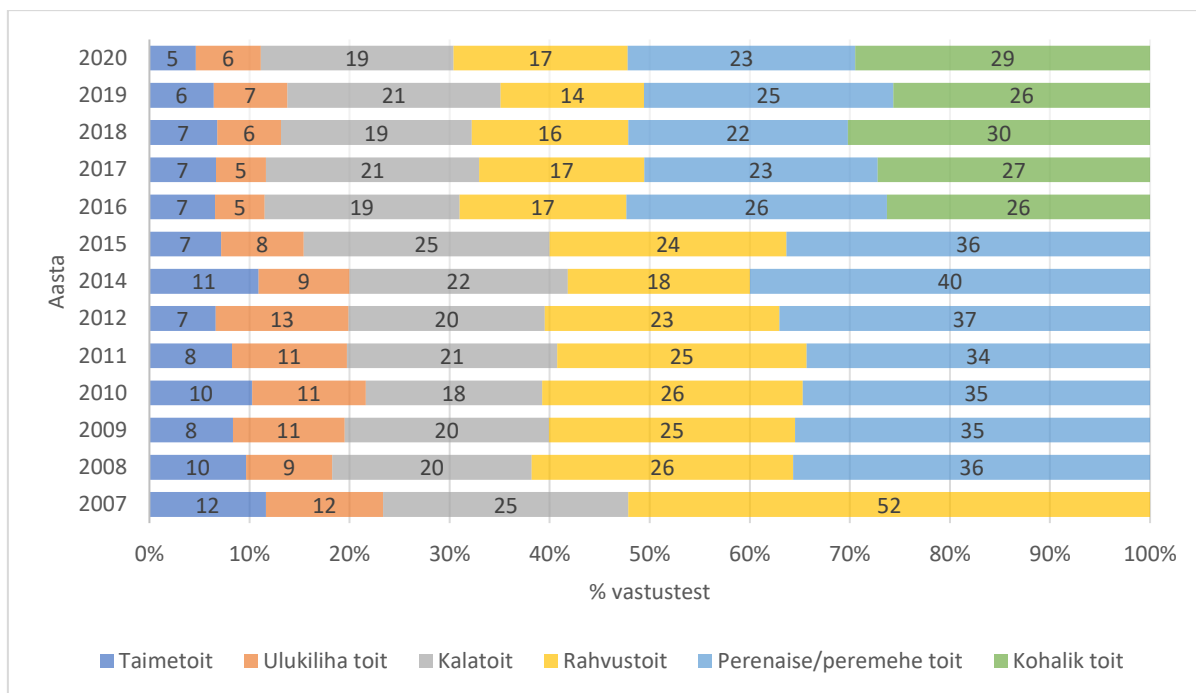
MTÜ Eesti Maaturismi poolt läbi viidud „Avatud Uste Päevast“ on 2017.-2020. aastate küsitluse vastanute seas „kuulnute“ ning „ei ole kuulnute“ osakaal vastavalt 49-50% ja 29-36%. Maaturismiettevõtteid selle üritusest raames neljal erineval aastal külastas vastanute seast 9-15%. Suurim erinevus mitte kuulnute ja kuulnute osakaalus oli 2018. aastal (joonis 16).



**Joonis 16.** *TourEst* turismimessil 2017-2020 MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse vastanute teadlikkus 1.mail toimuvast Avatud Uste Päevast %-des nelja viimase aasta lõikes.

### 3.5. Peamised toidueelistused

Aastate lõikes on küsitluses olulisel kohal olnud toitlustus, seetõttu on andmeid kogutud vastanute eelistustest toidu suhtes. 2007. aastal oli valikus neli varianti: taimetoit, ulukiliha toit, kalatoit ja rahvustoit. 2008. aastal on lisatud valikus perenaise/peremeheroog ning 2016. aastal kohalik toit. Juurde tulnud valikud on vastanute poolest eelistatunud juba viimased neli aastat (joonis 17).

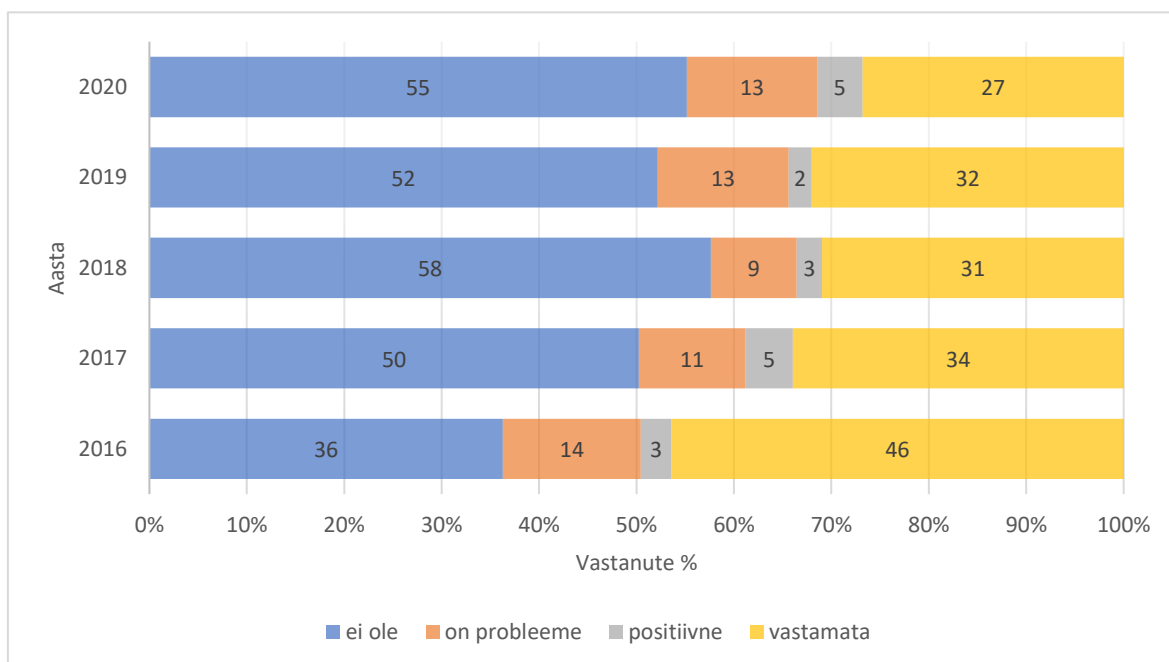


**Joonis 17.** Siseturistide eelistused maaturismiettevõtete poolt pakutavate toitudest %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2007-2020 MTÜ Eesti Maaturismi poolt korraldatud küsitluse põhjal. Valikuvariant „perenaise/peremehe roog“ on lisatud juurde aastast 2008 ja „kohalik toit“ aastast 2016.

Vastanute seas on aastate lõikes eelistatumad rahvustoit, perenaise/peremehe ning kohalik toit (osakaal kokku üle 50%). Kalatoit on eelistuste osakaalus 2007.-2020. aastatel jäänud võrreldes teiste valikutega samaks (19-25%). Taimetoidu ja ulukliha tähtsus on viimastel aastatel väikeses languses (joonis 17).

### 3.6. Probleemid ja positiivne tagasiside

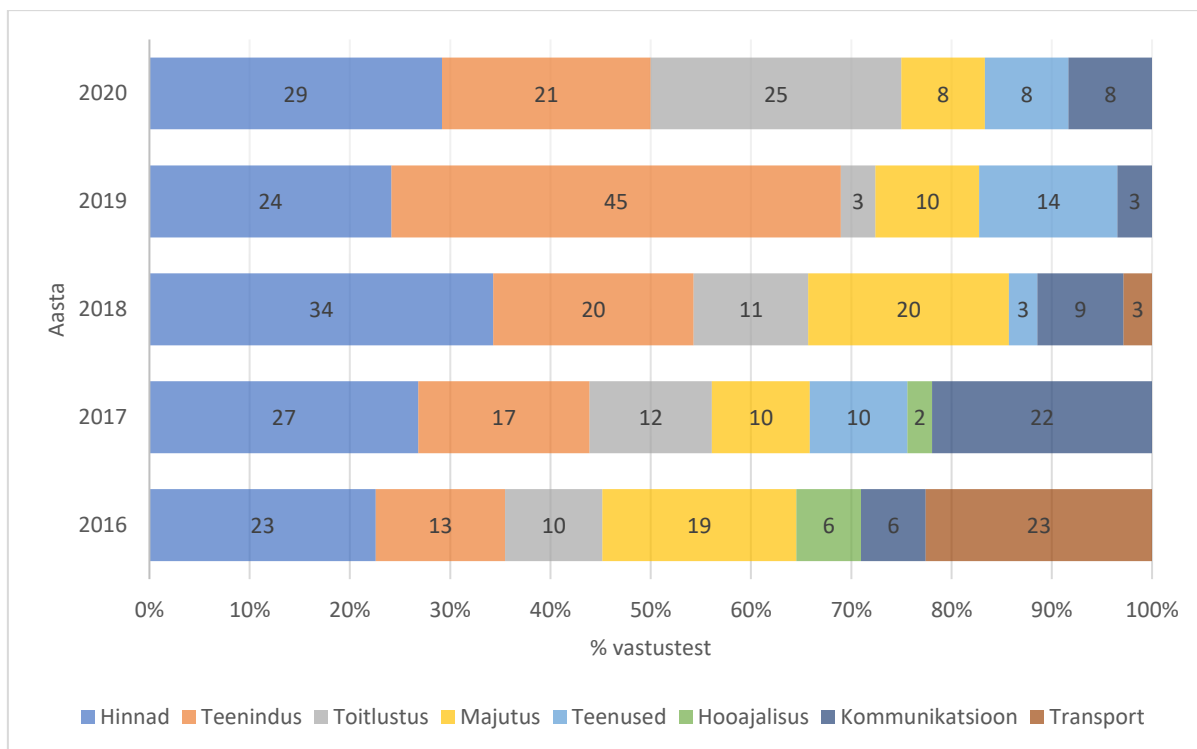
2016.-2020. aastatel küsitlusele vastanutest 36-55% ei ole ning 9-14% on kokku puutnud probleemidega, 2-5% on andnud positiivse tagasiside ning 49-27% on jätnud küsimuse vastamata. Vastamata arv on viimaste aastatel kahanenud, suurenenud aga „mitte probleemidega kokku puutunud“ vastanute osakaal (Joonis 18).



**Joonis 18.** Vastanute hinnang maaturismi sektoris probleemidega kokkupuutumisele %-des aastate lõikes *TourEst* turismimessil 2016-2020 MTÜ Eesti Maaturismi korraldatud küsitluse põhjal.

Positiivse tagasiside anti peamiselt järgmiste fraasidega „*kõik OK*“, „*kõik on olnud korras*“ ja „*olen rahul olnud*“. Välja toodud on ka erinevalt positiivsed kogemused teenuste tarbimisel või kohtade külastamisel.

Vastanute osakaal, kes on kokku puutunud probleemidega, on väike võrreldes „ei ole“ ja vastamata“ rühmadega (joonis 18). Peamised probleemid, mida vastanud on välja toonud, jagunevad kaheksasse peamisesse kategooriasse: hinnad, teenindus, toitlustus, majutus, teenused, hooajalisus, kommunikatsioon, transport (ligipääsetavus) (joonis 19).



**Joonis 19.** Vastanute probleemid maaturismiettevõtete külastamisel teemade kaupa %-des viie viimase aasta lõikes *TourEst* turismimessil 2016-2020 MTÜ Eesti Maaturismi poolt läbi viidud küsitluse põhjal.

Hindade suhtes on probleeme kirjeldatud järgmiste väljenditega „*kõrged hinnad*“, „*kallid hinnad*“, „*hinnad ei vasta kvaliteedile*“ ja „*odavam on sõita Saksamaale puhkama kui minna Saaremaale SPA-sse*“.

Probleeme teenindusvaldkonnas kirjeldatakse järgmiselt „*halb teenindustase*“, „*ebaviisakas teenindus*“, „*teenindustase on ebahühtlane, puudub paindlikkus*“ ja „*teenindus, ei valda keeli*“.

Toitlustuses on peamiselt probleeme toiduvaliku, söögikohtade mahutavuse ja hommikusöögi pakkumisega, näiteks „*söögikohtade menüüs võiks olla lastemenüüs suurem valik, et ka friikatele oleks alternatiiv*“, „*toitlustuses on olnud kõik lauad broneeritud ja kinni*“ ja „*hommikune toitlustus jäi ebaselgetel asjaoludel ära*“. Paljud polnud konkreetselt välja toonud probleemide asjaolusid, mainitud ainult „*toitlustus*“ või „*toitlustamine vilets*“.

Majutuse juures on vastanutel probleeme sanitaartingimuste ja korrashoiuga. Kirjeldatud on järgmiselt „*tualette on vähe või vähe koristatud*“, „*voodi lagunes ära*“, „*ööbimiskoht talvel*“.



*külm*“ ja *„ruumid on umbsed, puudub konditsioneer“*. On välja toodud ka, et mahutavus on väike *„majutus kohad täis“*.

Lisaks nendele on probleemideks teenuste pakkumine, peamiselt *„vähe tegevust“* ja *„kaardimakse puudus“*, samuti hooajalisus *„avatud ainult suvel“* ja kommunikatsioon (teabe kättesaamine ning selle vähesus ja vastavus) *„info ja tegelikkuse erinevus“*, *„teinekord on info liiga vähene, nt kodulehel“*. 2016. aastal on probleeme olnud veel kättesaadavusega nagu näiteks *„liigipääs ühistranspordiga“*, *„vahel on raske ülesse leida“*.

## ARUTELU

Uurimistöö eesmärgiks oli *TourEst* turismimessil MTÜ Eesti Maaturismi poolt kogutud küsitluse andmete põhjal välja selgitada, millised on Eesti siseturistide eelistused ning nende muutused viimase 16 aasta jooksul maapiirkondadesse reisides. Uurimistöös püstitati neli hüpoteesi, mis seotud teemadega vastanute teadlikkus maaturismist, infokanalite muutus, kulutuste suurenemine ja sihtkohtade laienemine.

Maapiirkondades puhkamise andmeid on käsitletud antud töös kõige laialdasema maaturismi definitsiooniga – turistide reisimine maapiirkonda väljapoole igapäevast elukeskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel [7]. Analüüsitud andmed on kogutud vahemikus 2004-2020 (v.a 2013, kui ei viidud läbi küsitlust), vastajate arv on aastati olnud vägagi erinev, samuti on 2014. aastast vastanute hulk vähenenud. Käesoleva lõputöö peamiseks kitsaskohtadeks on aastate lõikes küsitluse käigus kogutud erinev vastanute arv ning teabe puudumine teguritest, mis põhjustanud vastajate arvu langemist.

Maapiirkondadesse reisimise peamiseks eesmärkideks on lõõgastumine, vaikus ja rahu, põgenemine pingelistest töökohtadest, sportimine ja tervislik toitumiskultuur [30]. Eesti siseturistide eelistustest tehtud uuringutest on selgunud, et eestlased reisivad maapiirkondadesse, et külastada sugulasi/tuttavaid ning puhata rannas. Antud töö tulemustest ilmneb samuti, et suurem osa küsitlusele vastanutest eelistavad külastada sugulasi või sõpru. Maapiirkondadesse puhkusele minnes on eesmärkideks veel looduse ja kultuuri nautimine ning aktiivse puhkuse tegevuste harrastamine. Maaturismiettevõtete külastamist eelistavate vastajate osakaal on aastate lõikes kasvanud 22%-lt 33%-le. See näitab vastajate usalduse kasvu maaturismi ettevõtete suhtes, kaudselt ka teadlikkust, et on olemas ettevõtted, keda külastada ja kelle teenuseid tarbida maapiirkonnas.

Kasutatud kirjanduses oli peamiseks sihtkohtadeks 2011. aastal Lõuna-, Põhja- ja Lääne-Eesti, 2013.aastal lisandus juurde Saaremaa ja Ida-Virumaa [7, 33]. Kogutud andmete analüüs kajastab samuti sarnast suundumist sihtkohtade eelistuses. Aastatel 2004-2012 ei olnud üle 33% inimeste jaoks oluline reisimise piirkond ning kolmandik vastanutest eelistas Lõuna-Eestit. 2014. aastal „saarete“ valiku eraldamine tõi vastanute seas kaasa nii „piirkond

pole oluline“ kui ka Lääne-Eesti osakaalu langemise. Põhja-Eesti tähtsus sihtkohana on aga aastate lõikes pidevalt tõusnud. Analüüsitud andmetes oli ka viimastel aastatel vastanuid, kes eelistasid Ida-Eesti ning Peipsiäärseid piirkondi (eraldi kommenteeritud). Seega võib kokkuvõtlikult öelda, et vastajate eelistused Eestis külastatavate maapiirkondade osas on järk-järgult muutunud, pigem plaanitakse ette mingi kindla piirkonna külastus ning järjest kasvab Põhja-Eesti populaarsus maaturismi sihtkohana.

2020. aasta EASi uuringule vastanutest 50% on valmis kulutama Eestis reisimisele vahemikus 50-300€ [34]. Antud töö tulemused kinnitavad samuti, et aastate lõikes on vastanud nõus kulutama päevas järjest suuremaid summasid maapiirkondades puhkamisel. Nii eelnevate uuringute kui ka küsitluse analüüsitud andmete põhjal saab väita, et Eesti siseturistide kulutused reisimisel on suurenenud üle Eesti, sealhulgas ka maapiirkondades. Kulutused ja puhkuse kestvus on paljuski üksteisest sõltuv, mida pikem reis, seda rohkem kulub ka raha. Eestlaste eelistatuim puhkuse pikkus 2011. aastal maapiirkondadesse oli üks nädal, millele järgnes reisi pikkus 2-3 päeva [7]. See-eest Maaturismi ühingu poolt kogutud andmed näitavad, et küsitlusele vastanud eelistavad peamiselt üle nädala kestvaid puhkusi.

Peamisteks infokanaliteks 2011. aasta uuringu põhjal on internet (veebileheküljed) või sõprade/tuttavate positiivsed kogemused (Word of Mouth) [7]. Sarnast tagasisidet annavad ka küsitluse käigus kogutud andmed. Vastanutele on oluliseks infokanaliks, peale interneti ja sõprade/tuttavate soovitude, ka turismimessid. Uusi infoallikaid aastate lõikes pole lisandunud ning samuti ei ole oluliselt muutunud ühegi teabekanali kasutamise protsendiline osakaal. Uueks turundusviisiks on Eesti maaturismiettevõtetele saanud 1.mail korraldatav „Avatud Uste Päev“. Vastanute seas kuulnute ja külastajate osakaal on aastast-aastasse kasvamas ning mitte kuulnute osakaal vähenemas.

Küsitlustele vastajate toidueelistustest on tähtsal kohal perenaise/peremehe roog ning kohalik toit. Teiste toitade populaarsus on võrreldes eelmise kahega tunduvalt väiksem. Kohaliku toidu ja perenaise/peremehe roogade populaarsus võib olla põhjendatud sellega, et mõlema variandi puhul on küsitlusele vastajad eeldanud, et eelistatud toit sisaldab teisi toiduliike (nt pakutakse perenaise/peremehe valmistatud taimetoitu ja ulukiliha või valmistatakse toit kohalikult kasvatud köögiviljadest või kohalikest kaladest).

Maaturismi ettevõtteid külastades esile tulevad probleemid oli võimalik jagada 8 erinevasse kategooriasse. Peamised probleemid, mis vastanud välja tõid, olid kõrged hinnad, halb

teenindus, väike toiduvalik, puhastamata ja remontimata majutusvõimalused, vähe lisateenuseid, hooajalisus (avatud ainult suvel), vähene info kodulehel ning probleem koha ülese leidmisega. Toetudes kirjandusallikatele saab probleemide teke põhjuseks olla maapiirkondade nõrk infrastruktuur, ühele kindlale tegevusele põhinemine ning seetõttu lisateenused välja mitte arendamine või teenuste kvaliteedi standartide eiramine (kuna märgiste omamine ei ole kohustuslik, siis pole ka võimalik nõuda kõigilt ühtse tasemega kvaliteeti).

## KOKKUVÕTE

Uurimistöö eesmärgiks on seatud Eesti siseturistide eelistused ning nende muutused välja selgitamine viimase 16 aasta jooksul maapiirkonda reisides MTÜ Eesti Maaturismi küsitluse abil kogutud andmete põhjal. Uurimistöö algfaasis püstitati neli hüpoteesi: 1) vastanute teadlikkuse on tõusnud maapiirkondadesse reisimisest, 2) teabe leidmise kanalid maapiirkondade kohta on muutunud, 3) kulutused on suurenenud Eesti maapiirkondades, 4) külastatavad sihtkohad on laienenud.

Maaturism on oma olemuselt killustatud ja mitmekesine, selle peamiseks tunnusteks on sihtkohad, kus elanike arv väiksem kui 10 000, vahetu kokkupuute toimumine looduskeskkonnaga ja kohaliku kultuuripärandiga, nõrk infrastruktuur, turismitegevus, mis on seotud teiste kohalike maaettevõtetega ning jätkusuutliku areng. Maaturismi olulised komponendid on selle eesmärgid, pakutavat tooted ja teenused ning turundus ja erinevad suundumused.

Uurimistöö põhineb MTÜ Eesti Maaturism poolt Eesti suurimal turismimeessil aastatel 2004-2020 läbi viidud küsitluse andmetel. Ankeetküsitlusele on aastate lõikes olnud vastajate arv vägagi erinev. Tulemused on leitud andmete analüüsi käigus. Tulemusetes kajastuvad vastanute eelistused erinevate maaturismiga seotud teemadest. Nendeks on reisimise eesmärgid, külastatavad sihtkohad, kulutused ja kestvus, pakutavad teenused ja märgised, infokanalid, toidueelistused ja viimaseks peamised probleemid.

Uurimistöö käigus on välja selgitatud küsitlusele vastanute eelistused maapiirkondadesse reisimise kohta. On leitud, et külastatavad sihtkohad on laienenud, kulutused on suurenenud ning teadlikkus on ka tõusnud. Samuti võib öelda, et teabe leidmise kanalid ei ole aastate lõikes erilist muutust läbi teinud analüüsitud andmete põhjal.

## KASUTATUD KIRJANDUS

1. Rural tourism and recreation : principles to practice. (2003). /Ed. L. Roberts, D. Hall. Cambridge : CABI Publishing. 15-17 pp.
2. World Tourism Organization (s.a). Tourism and Rural Development. [veebileht] <https://www.unwto.org/news/tourism-and-rural-development> (11.05.2021)
3. World Tourism Organization (s.a). Tourism in 2030 agenda. [veebileht] <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> (18.05.2021)
4. OECD Tourism Trends and Policies 2020 (2020). Organisation for Economic Cooperation and Development iLibrary. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/6b47b985-en.pdf?expires=1621315105&id=id&accname=guest&checksum=0C2FA0728F3D9A72E7EDEA6450D264C1> (18.05.2021)
5. Eesti Turism 2019. (2020). Tallinn: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus. [https://static.visitestonia.com/docs/3619921\\_stat2019-web.pdf](https://static.visitestonia.com/docs/3619921_stat2019-web.pdf) (11.05.2021)
6. Statistikaamet. (s.a) Koroonasuvel võitsid siseturismist enim Pärnu- ja Hiiumaa. <https://www.stat.ee/et/uudised/koroonasuvel-voitsid-siseturismist-enim-parnu-ja-hiiumaa> (11.05.2021)
7. Maaturismi uuring 2012 (2012). Põllumajandusministeerium. [https://www.agri.ee/sites/default/files/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring\\_maaturism\\_2012.pdf](https://www.agri.ee/sites/default/files/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring_maaturism_2012.pdf) (09.05.2021)
8. **Ardel, T.** (2015). Maaturismi aabits. Tallinn: Argo. 19-21, 186-190 lk.
9. World Tourism Organization (s.a). Rural Tourism. [veebileht] [unwto.org/rural-tourism](https://www.unwto.org/rural-tourism) (09.05.2021)
10. Rural Tourism. (2020). Ed. J. Campbell. Salem: Salem Press Encyclopedia [research starters] (09.05.2021)
11. **Tomic, S.** (2008). Rural Tourism – The Chance of the 21st century. - *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*. Vol. 3, No. 1, pp. 123-127.
12. **Lu, T.** (2017). The Overview of the Origin and Research of Rural Tourism Development. - *Advances in Intelligent Systems Research*. Vol 156, pp 448.
13. **Gartner, W. C.** (2004). Rural tourism development in the USA. – *International Journal of Tourism Research*. Vol 6, No. 3, pp 151-164.
14. **McGehee, N. G.** (2007). An agritourism systems model: a Weberian perspective.. - *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 15, No. 2, pp. 111-124.

15. **Baoren, S.** (2010). Rural tourism in China. - *Tourism Management*. Vol 32, No. 6, pp. 1438-1441.
16. **Rauba, M.** (2002). Ülevaade Eesti maapoliitikast 20. sajandil. Anepaio, T.; Kaalep, T.; Sikka, T. (eds.) *Eesti Rahva Muuseumi Aastaraamat XLVI*. Tartu: Eesti RahvaMuuseum, 11–26 lk.
17. **Bardone, Ester.** 2013. My farm is my stage: A performance perspective on rural tourism and hospitality services in Estonia. Doktoritöö. Tartu Ülikooli kultuurteaduste instituut. Tartu. 47-49 lk.
18. **Long P, Lane B.** (2000). Rural tourism development. In Trends in Recreation, Leisure, and Tourism. / Ed. Gartner, W., Lime, D. CABI: Wallingford; 299-308.
19. Union of International Associations. (s.a). EUROGITES - European Federation of Rural Tourism. [veebileht] <https://uia.org/s/or/en/1100001214> (11.05.2021)
20. Eesti Maaturism. (s.a). MTÜ Eesti Maaturism. [veebileht] <https://www.maaturism.ee/> (11.05.2021)
21. Puhka Eestis. (s.a). Eesti rohelised sihtkohad ja Green Destinations Award. [veebileht] <https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile> (11.05.2021)
22. NAPOCTEP. (s.a). Rural tourism and European funds: solutions to COVID-19 to speed up the economy, boost employment and protect the environment and heritage. [veebileht] <https://napoctep.eu/rural-tourism-and-european-funds-solutions-to-covid-19-to-speed-up-the-economy-boost-employment-and-protect-the-environment-and-heritage> (11.05.2021)
23. **Tsephe, N. P., Eyono Obono, S. D.** (2013). A Theoretical Framework for Rural Tourism Motivation Factors. - *International Journal of Economics and Management Engineering*. Vol. 7, No. 1, pp. 273-278.
24. **McIntosh, R.W., Goeldner, C.R.** (1990). Tourism: Principles, Practices, Philosophies, New York: Wiley.
25. **Dann, G.** (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism, - *Annals of Tourism Research*. Vol. 4, No. 4, pp. 184-194.
26. **Mannell, R., Iso-Ahola, S.** (1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. - *Annals of Tourism Research*. Vol. 14, pp. 314-331.
27. **Gnoth, J.** (1977). Tourism motivation and expectation formation. - *Annals of Tourism Research*. Vol. 24, No. 2, pp. 283-304.
28. **Lewisa, C., D'Alessandro, S.** (2019). Understanding why: Push-factors that drive rural tourism amongst senior travellers. - *Tourism Management Perspectives*. Vol 32, pp. 1-10.
29. **Dey, B., Mathew, J., Chee-Hua, C.** (2020). Influence of destination attractiveness factors and travel motivations on rural homestay choice: the moderating role of need for uniqueness. - *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol. 14, No. 4, pp. 639-666.

30. **Pesonen, J., Komppula, R.** (2010). Rural wellbeing tourism: Motivations and expectations. - *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol. 17, pp. 150–158.
31. **Farmaki, A.** (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. - *Tourism Management Perspectives*. Vol. 2–3, pp. 72–78.
32. **Park, D., Yoon, Y.** (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. - *Tourism Management*. Vol. 30, No. 1, pp. 99–108.
33. 2013. aasta suviste sisereiside uuring (vaba aja reisid). (2013). Tallinn: Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus. [https://static.visitestonia.com/docs/3618659\\_uuring-suvised-sisereisid-2013.pdf](https://static.visitestonia.com/docs/3618659_uuring-suvised-sisereisid-2013.pdf) (18.05.2021)
34. Kampania „Puhka Eestis“ järeluurimise tulemused. (2020). Tallinn: Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus. [https://static.visitestonia.com/docs/3618627\\_eestlaste-sisereisid-2020-easi-siseturismi-kampania-moju.pdf](https://static.visitestonia.com/docs/3618627_eestlaste-sisereisid-2020-easi-siseturismi-kampania-moju.pdf) (18.05.2021)
35. Eesti elanike reisikavatsused lähikuudeks. (2021). Tallinn: Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus. [https://static.visitestonia.com/docs/3658126\\_eesti-elanike-reisikavatsused-mai2021.pdf](https://static.visitestonia.com/docs/3658126_eesti-elanike-reisikavatsused-mai2021.pdf) (18.05.2021)
36. **Bloom, J., Geurts, S. A. E., Kompier, M. A. J.** (2012). Vacation (after-) effects on employee health and well-being, and the role of vacation activities, experiences and sleep. - *J Happiness Stud*. Vol. 14, pp. 613–633.
37. Eurostat. (s.a). Tourism statistics - characteristics of tourism trips. [veebileht] [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_characteristics\\_of\\_tourism\\_trips#of\\_all\\_trips\\_made\\_in\\_2018\\_lasted\\_a\\_maximum\\_of\\_one\\_week](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips#of_all_trips_made_in_2018_lasted_a_maximum_of_one_week) (12.05.2021)
38. **Sanagustín-Fons, V., Lafita-Cortés, T., Moseñe, J. A.** (2018). Social Perception of Rural Tourism Impact: A Case Study. – *Sustainability*. Vol. 10, No. 2, pp. 339.
39. **Cánoves Valiente, G., Herrera Jiménez, L., Villarino Pérez, M.** (2005). Turismo Rural en España: Paisajes Y Usuarios, Nuevos Usos Y Nuevas Visiones. - *Cuadernos de Turismo*. Vol 15, pp. 63–76.
40. **Trumm, Katrin.** 2016. Maamajutusettevõtete rahulolu sõltuvus suhtlemiskvaliteedist broneerimissüsteemi tagasiside alusel. Magistritöö. Põllumajandus- ja keskkonnainstituut. Tartu. 7 lk.
41. **Alegre, J., Garau, J.** (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. - *Annals of Tourism Research*. Vol. 37, No. 1, pp. 52–73.
42. Research for TRAN Committee - European Tourism Labelling. (2018). European Union: Policy Department for Structural and Cohesion Policies. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL\\_STU\(2018\)617461\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU(2018)617461_EN.pdf) (13.05.2021)



43. **Geerts, W.** (2014). Environmental certification schemes: Hotel managers' views and perceptions. - *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 39, pp. 87-96.
44. Riikliku turismiarengukava aastateks 2002-2005. (Vastu võetud 23.10.2002) – *Riigi Teataja*
45. Eesti Riiklik turismiarengukava 2007-2013. (Vastu võetud 22.11.2006, viimati jõustunud 24.11.2006) – *Riigi Teataja* <https://www.riigiteataja.ee/akt/12755212>
46. Eesti Riiklik Turismiarengukava 2014-2020. (2013). Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium.  
<https://www.riigiteataja.ee/akt/3191/1201/3015/lisa.pdf>
47. A New Approach to Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection. (2003). United Nations: Economic and Social Affairs.  
<https://www.un.org/esa/esa03dp29.pdf> (14.05.2021)
48. **Tyran, E.** (2007). Trends in world tourism as a chance of rural tourism development. – *INPROFORUM, České Budějovice*.
49. ITB World Travel Trends Report. (2012). Germany: ITB Berlin.  
<https://www.hospitalitynet.org/file/152005057.pdf> (18.05.2021)
50. Maaturism ja taluturism EL liikmesriikides Poola näide. (2020). Varssavi: Mazovia regiooni turismiassotsiatsioon. 39-44 lk.
51. **Sasu, K. A., Epuran, G.** (2016). An overview of the new trends in rural tourism. - *Series V: Economic Sciences*. Vol. 9, No. 2, pp. 119-126.
52. Eesti Näitused. (s.a). Tourest 2022. [veebileht] <https://www.fair.ee/project/tourest/> (23.05.21)

# LISAD

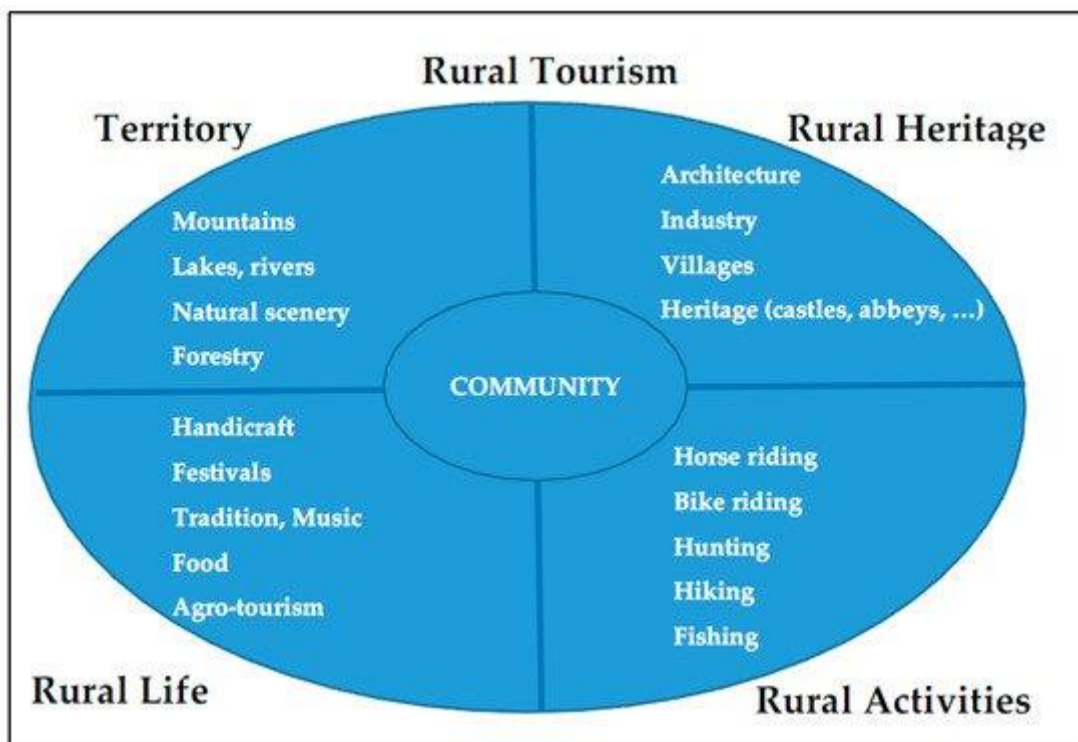
## Lisa 1a. Turismimess TourEst ankeet 2012-2016

<b>1. Kas puhkate tavaliselt maal sugulaste/tuttavate juures või kasutate maaturismiettevõtteid?</b>			
<input type="checkbox"/> maal sugulaste/tuttavate juures	<input type="checkbox"/> (maa)turismiettevõttes	<input type="checkbox"/> muud (nimetage) .....	
<b>2. Millises Eesti piirkonnas eelistate puhata?</b>			
<input type="checkbox"/> Põhja-Eesti	<input type="checkbox"/> Lääne-Eesti (mandri osa)	<input type="checkbox"/> piirkond pole oluline	
<input type="checkbox"/> Lõuna-Eesti	<input type="checkbox"/> Lääne-Eesti (saared)		
<b>3. Mitu päeva kavatsete 2014. aastal kokku veeta Eestimaal puhates?</b>			
<input type="checkbox"/> 1-2 päeva	<input type="checkbox"/> 3-5 päeva	<input type="checkbox"/> 1 nädal	<input type="checkbox"/> üle 1 nädala
<input type="checkbox"/> puhkan ainult välismaal			
<b>4. Kui palju olete nõus päevas kulutama inimese kohta puhkuseajal Eestimaal?</b>			
(sisaldab majutust, toitlustust, vaba-aja tegevusi)			
<input type="checkbox"/> kuni 25 €	<input type="checkbox"/> 25-40 €	<input type="checkbox"/> 40-60 €	<input type="checkbox"/> 60-80 €
<input type="checkbox"/> üle 80 €			
<b>5. Millist liiki puhkust eelistaksite maapiirkonnas?</b>			
<input type="checkbox"/> loodus- ja kultuuripuhkust (tutvuda loodusväärtuste ja kultuuriobjektidega, külastada muuseume, käia			
<input type="checkbox"/> aktiivset puhkust (vee-, ratsa-, jalgsi-, jalgratta-, seiklusmatkad jms)			
<input type="checkbox"/> perepuhkust			
<input type="checkbox"/> puhkust tootmistalus (näha talutootmist, proovida/õppida maatöid)			
<input type="checkbox"/> tervisepuhkust (SPA-d, sanatooriumid)			
<input type="checkbox"/> osalemist kokkutulekutel, suvepäevadel või firmaüritustel			
<input type="checkbox"/> ainult majutamist (koos toitlustamisega)			
<b>6. Millistest tegevustest huvituksite puhkuse ajal kõige rohkem?</b>			
<input type="checkbox"/> vaatamisväärsuste külastamine (nt mõisad, kirikud, muuseumid jms)	<input type="checkbox"/> talvealad (suusatamine, räätsamatkad)	<input type="checkbox"/> veematkad (kanuu, kajakid jt)	
<input type="checkbox"/> käsitöö õppimine ja tegemine	<input type="checkbox"/> SPA-de külastus	<input type="checkbox"/> ratsutamine, ratsamatkad	
<input type="checkbox"/> kontserdid, festivalid	<input type="checkbox"/> jalgsimatkad	<input type="checkbox"/> kalastamine	
<input type="checkbox"/> loodusvaatlus / loodusturism	<input type="checkbox"/> jalgrattamatkad	<input type="checkbox"/> jaht	
<input type="checkbox"/> ökoturism	<input type="checkbox"/> päevitamine ja suplemine	<input type="checkbox"/> muud .....	
<b>7. Nimetage kaks peamist infokanalit, kust hangite teavet puhkamisvõimaluste kohta Eestimaal?</b>			
<input type="checkbox"/> internet	<input type="checkbox"/> infotelefonid	<input type="checkbox"/> turismiinfopunktid	
<input type="checkbox"/> reisijuhid / reisikataloogid	<input type="checkbox"/> sõprade/ tuttavate soovitusel	<input type="checkbox"/> turismimessid	
<input type="checkbox"/> reisibürood / reisikorraldajad	<input type="checkbox"/> ajalehed/ajakirjad	<input type="checkbox"/> muud .....	
<b>8. Kas Te eelistaksite puhata (maa)majutuseettevõttes:</b>			
<input type="checkbox"/> mis kannab mõnda kvaliteedimärki /järgumärki (nt rukkilill, tännid, Green Key, EHE)			
<input type="checkbox"/> see ei ole minu jaoks oluline			
<b>9. Milliseid toite sooviksite maaturismiettevõtetes rohkem saada?</b>			
<input type="checkbox"/> taimetoite	<input type="checkbox"/> kalatoite	<input type="checkbox"/> perenaise/peremehe erirooga	
<input type="checkbox"/> ulukiliha toite	<input type="checkbox"/> rahvustoite		
<b>10. Kas Te kasutate (maa)turismiettevõtete leidmiseks GPS-i?</b>			
<input type="checkbox"/> ei <input type="checkbox"/> jah			
<b>11. Kas olete turismiettevõtteid külastades kokku puutunud probleemidega? Kui jah, siis millistega?</b>			
(teenindustase, toitlustamine, vaba aja teenused, hinnad jms.) .....			
.....			
<b>12. Kas olete külastanud infoportaali www.maaturism.ee?</b>			
<input type="checkbox"/> jah <input type="checkbox"/> ei <input type="checkbox"/> sain äsja teada, külastan edaspidi			
<b>Küsitlusele vastaja andmed:</b>			
<input type="checkbox"/> mees <input type="checkbox"/> naine			
<b>Vanus:</b> <input type="checkbox"/> 16-20 <input type="checkbox"/> 21-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> üle 60			
<input type="checkbox"/> Soovin saada e-mailile maaturismiteemalist uudiskirja (max 2 korda aastas) ja/või sooduspakkumisi			
<b>Nimi:</b> ..... <b>E-mail:</b> .....			

## Lisa 1b. Turismimess TourEst ankeet 2017-2020

1. mail (kuuendat aastat järjest) toimub maaturismiettevõtete AVATUD USTE PÄEV!		<input type="checkbox"/> olen kuulnud	<input type="checkbox"/> pole toimuvast midagi kuulnud	<input type="checkbox"/> tean ja olen turismiettevõtteid sellel päeval külastanud
<b>1. Kas puhkate tavaliselt maal sugulaste/tuttavate juures või kasutate maaturismiettevõtteid?</b>				
<input type="checkbox"/> maal sugulaste/tuttavate juures <input type="checkbox"/> (maa)turismiettevõttes <input type="checkbox"/> muud (nimetage) .....				
<b>2. Millises Eesti piirkonnas eelistate puhata?</b>				
<input type="checkbox"/> Põhja-Eesti	<input type="checkbox"/> Lääne-Eesti (mandri osa)	<input type="checkbox"/> piirkond pole oluline		
<input type="checkbox"/> Lõuna-Eesti	<input type="checkbox"/> Lääne-Eesti (saared)			
<b>3. Mitu päeva kavatsete 2020. aastal kokku veeta Eestimaal puhates?</b>				
<input type="checkbox"/> 1-2 päeva	<input type="checkbox"/> 3-5 päeva	<input type="checkbox"/> 1 nädal	<input type="checkbox"/> üle 1 nädala	<input type="checkbox"/> puhkan ainult välismaal
<b>4. Kui palju olete nõus päevas kulutama inimese kohta puhkusele ajel Eestimaal?</b>				
(sisaldab majutust, toitlustust, vaba-aja tegevusi)				
<input type="checkbox"/> kuni 25 €	<input type="checkbox"/> 25-40 €	<input type="checkbox"/> 40-60 €	<input type="checkbox"/> 60-80 €	<input type="checkbox"/> üle 80 €
<b>5. Millist liiki puhkust eelistaksite maapiirkonnas?</b>				
<input type="checkbox"/> loodus- ja kultuuripuhkust (tutvuda loodusväärtustega ja kultuuripühade, külastada muuseumi, käia looduses)				
<input type="checkbox"/> aktiivset puhkust (vee-, ratsa-, jalgratta-, seiklusmatkad jms)				
<input type="checkbox"/> perepuhkust <input type="checkbox"/> puhkust tootmistalus (näha talutootmist, proovida/õppida maatöid)				
<input type="checkbox"/> tervisepuhkust (SPA-d, sanatooriumid) <input type="checkbox"/> osalemist kokkutulekul, suvepäevadel või firmaüritustel				
<input type="checkbox"/> ainult majutamist (koos toitlustamisega)				
<b>6. Millistest tegevustest huvituksite puhkuse ajal kõige rohkem?</b>				
<input type="checkbox"/> vaatamisväärsuste külastamine	<input type="checkbox"/> talvealad	<input type="checkbox"/> veematkad (kanuu, kajakk jt)		
(nt mõisad, kirikud, muuseumid jms)		(suusatamine, räätsamatkad, tõukekeelgumatkad)		
<input type="checkbox"/> käsitöö õppimine ja tegemine	<input type="checkbox"/> SPAA-de külastus	<input type="checkbox"/> ratsutamine, ratsamatkad		
<input type="checkbox"/> kontserdid, festivalid	<input type="checkbox"/> jalgamatkad	<input type="checkbox"/> kalastamine		
<input type="checkbox"/> loodusvaatus / loodusturism	<input type="checkbox"/> jalgrattamatkad	<input type="checkbox"/> jaht		
<input type="checkbox"/> ökoturism	<input type="checkbox"/> päevitamine ja suplemine	<input type="checkbox"/> muud .....		
<b>7. Nimetage kaks peamist infokanalit, kust hangite teavet puhkamisvõimaluste kohta Eestimaal?</b>				
<input type="checkbox"/> erinevad infoportaalid internetis	<input type="checkbox"/> infotelefonid	<input type="checkbox"/> turisminfopunktid		
<input type="checkbox"/> reisijuhid / reiskataloogid	<input type="checkbox"/> sõprade/ tuttavate soovitusel	<input type="checkbox"/> turismimessid		
<input type="checkbox"/> reisibürood / reiskorraldajad	<input type="checkbox"/> ajalehed/ajakirjad	<input type="checkbox"/> muud .....		
<b>8. Kas Te eelistaksite puhata (maa)majutuseettevõttes:</b>				
<input type="checkbox"/> mis kannab mõnda kvaliteedimärki / järgumärki (nt tärimid, Green Key, EHE märgis)				
<input type="checkbox"/> see ei ole minu jaoks oluline				
<b>9. Milliseid toite sooviksite maaturismiettevõtte menüüs rohkem leida?</b>				
<input type="checkbox"/> taimetoitu	<input type="checkbox"/> kalatoitu	<input type="checkbox"/> perenaise/peremehe erirooga		
<input type="checkbox"/> ulukiliha toitu	<input type="checkbox"/> rahvustoitu	<input type="checkbox"/> kohalikku toitu		
<b>10. Kas olete turismiettevõtteid külastades kokku puutunud probleemidega? Kui jah, siis millistega?</b>				
(teenindustase, toitlustamine, vaba aja teenused, hinnad jms.) .....				
<b>11. Kas olete külastanud infoportali www.maaturism.ee?</b> <input type="checkbox"/> jah <input type="checkbox"/> ei <input type="checkbox"/> sain äsja teada, külastan edaspidi				
<b>Küsitlusele vastaja andmed:</b> <input type="checkbox"/> mees <input type="checkbox"/> naine				
<b>Vanus:</b> <input type="checkbox"/> 16-20 <input type="checkbox"/> 21-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> üle 60				
<b>Nimi:</b> ..... <b>E-mail:</b> .....				
<b>Kontakt palun kirjutada juhul, kui soovite osaleda auhinna loomisises!</b>				

**Lisa 2. Maaturismi teoreetiline kavand UNWTO andmetel**



### Lisa 3. Maaturismi vormid „Maaturismi aabitsa“ näitel



**Lihtlitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks  
ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Mina, Kriss Raudsepp,  
(13.02.1995 49502133511)

1. annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud lõputöö, mille juhendajad on Marika Kose, *MSc*, Katrin Heinsoo, *PhD*
  - 1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,
  - 1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja
  - 1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemisekskuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor

\_\_\_\_\_

allkiri

Tartu, 24.05.2021

---

**Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Luban lõputöö kaitsmisele.

\_\_\_\_\_

(juhendaja nimi ja allkiri)

\_\_\_\_\_

(kuupäev)

\_\_\_\_\_

(juhendaja nimi ja allkiri)

\_\_\_\_\_

(kuupäev)